

Jörg Rathmann*

Shakespeare – Goethe – Tolstoi: Nationales Kulturerbe als Faktor einer nachhaltigen Regionalentwicklung.

Zusammenfassung

Stratford, Weimar und Jasnaja Poljana – dies sind drei herausragende Stätten des europäischen Kulturerbes, verbunden mit den berühmten Schriftstellern Shakespeare, Goethe und Tolstoi. Im Rahmen eines zweijährigen EU-Projektes waren Vertreter dieser Orte in einen intensiven Erfahrungsaustausch getreten.

Ziel des Projektes war es, in Jasnaja Poljana, dem ehemaligen Landsitz Leo Tolstois, ein russlandweit ausstrahlendes Modell der Verbindung von kulturellem Erbe und nachhaltiger regionaler Entwicklung zu schaffen. Hierzu wurde u. a. die In-Wert-Setzung des nationalen Kulturerbes an den drei Dichterorten vergleichend analysiert.

Der vorliegende Aufsatz greift zentrale Ergebnisse der Studie auf und verbindet diese mit den praktischen Projekterfahrungen. Die vergleichende Betrachtung zeigt, dass die Untersuchungsgebiete bei großen Unterschieden im Detail grundsätzlich vor ähnlichen Herausforderungen stehen und in vergleichbarer Weise nach Lösungsstrategien suchen.

Abstract

Stratford, Weimar and Yasnaya Polyana – these are three important European cultural sites associated with the writers Shakespeare, Goethe and Tolstoy. Within the framework of a two-year EU project representatives of these places started an intensive exchange of experience.

The project aimed to develop a model of sustainable regional development based on the national Russian heritage of Yasnaya Polyana, former estate of Leo Tolstoy. For that purpose the capitalization of cultural heritage had been investigated in all three places.

The essay reviews key results of the study and links them to the practical project experiences. The comparative reflection proves that the study areas – although pretty different in details - are basically facing similar challenges and creating development strategies in an analogical way.

Vorbemerkung

„Club der toten Dichter“¹ – so titelte unlängst die „Moskauer Deutsche Zeitung“ ihren Bericht über die Abschlusskonferenz eines EU-Projektes², zu der Vertreter der großen europäischen Kulturerbestätten Stratford on Avon, Weimar und Jasnaja Poljana in Russland zusammen gekommen waren. Dabei ging es um eben jene „toten Dichter“, um die Frage nämlich, wie diese heute mithelfen können,

* Jörg RATHMANN, Leo Tolstoy Museum-Estate „Yasnaya Polyana“, Jasna Poljana (RUS).
Email: rathmann@tgk.tolstoy.ru

¹ Denis KLIWER: „Club der toten Dichter“, in: *Moskauer Deutsche Zeitung*, 20/2007, S.1

² www.shakespeare-goethe-tolstoy.eu

wirtschaftliche Prosperität und soziale Ausgewogenheit in der europäischen Provinz zu generieren bzw. abzusichern.

Ziel des EU-Projektes war es, in Jasnaja Poljana, dem ehemaligen Landsitz Leo TOLSTOIS, ein russlandweit ausstrahlendes Modell der Verbindung von kulturellem Erbe und nachhaltiger regionaler Entwicklung zu schaffen. Dazu sollten die Erfahrungen von Weimar und Stratford on Avon genutzt werden. Das zweijährige Projekt wurde von der Stadtverwaltung Weimar geleitet, die Partner waren der Landkreis Stratford on Avon sowie die Stiftung „Das Erbe von Leo Tolstoi“. Vertreter aus den drei Partnerorten waren während der Projektlaufzeit in einen intensiven Erfahrungsaustausch getreten und entwickelten zudem gemeinsame Marketingaktivitäten und neue, Länder übergreifende Bildungsprojekte.

Das Projekt stand auch im Kontext einer an Intensität zunehmenden Diskussion um die neue Rolle der Kultur in der globalisierten Welt. „In Städten und Regionen war "Kultur" lange Zeit nicht mehr als ein Faktor, den es bei der Steuerung der Raumentwicklung zu beachten galt; dabei ist unbestritten: Kultur (...) ist zu einem in Europa zunehmend wichtigen Standortfaktor für die wirtschaftliche Entwicklung von Städten und Regionen geworden. (...) Nur drei dieser Faktoren seien hier kurz skizziert: Kultur als Identitätsfaktor, Kultur als Imagefaktor und Kultur als Wirtschaftsfaktor.“³

Die Debatte um Kultur-Wirtschaft, um „creative industries“, ist auch in Russland angekommen: „Over many centuries, the prosperity of a region depended mostly on the proximity to key natural resources. The end of the 20th century brought forward a new economic agenda. Since then, the crucial role in the regional development has been increasingly given to culture, education and science.“⁴ Das Hervorheben der Bedeutung von Kultur (und Wissenschaft und Bildung) gegenüber den traditionellen Standortfaktoren mag auf den ersten Blick verwundern, wenn man die Energieträger- und Rohstofflastigkeit der russischen Wirtschaft bedenkt. Hier darf eine strategische Überzeichnung des Potenzials seitens der russischen Vertreter der „creative industries“ unterstellt werden. Diese verweist jedoch zugleich auf die Aktualität der Thematik ganz im Osten des europäischen Kontinents.

Angesichts dieser besonderen Betonung von Kultur(-wirtschaft) für die Regionalentwicklung sollte im Rahmen des oben erwähnten Projekts die In-Wert-Setzung des nationalen Kulturerbes an den drei Dichterorten vergleichend analysiert werden. Mit der Studie wurde das Moskauer Institut für Kulturpolitik betraut. Die russischen Experten rückten von Anfang an die Frage nach dem Entwicklungsstand und dem Potenzial der „creative industries“ in diesen nationalen Kulturzentren in den Fokus ihrer Betrachtungen gerückt. Zentrale Themen der Studie waren außerdem der (Kultur-)Tourismus sowie Mechanismen der Kooperation und Kommunikation zwischen den verschiedenen Akteuren aus Wirtschaft, Verwaltung und Kultur.

³ Klaus R. KUNZMANN: „Kulturwirtschaft und Raumentwicklung. Essay.“, in: *Aus Politik und Zeitgeschichte*, 34-35/2006, S. 3

⁴ Vassily GNEDOVSKY et al. et al.: *Capitalising on the Genius Loci and the Spirit of Time. Jasnaja Poljana 2007* (im Erscheinen)

Der vorliegende Aufsatz greift zentrale Ergebnisse der Studie auf und verbindet diese mit den praktischen Projekterfahrungen. Dabei sollen zunächst die Befunde aus den drei Kulturerbestätten dargestellt werden, wobei jeweils unterschiedliche Schwerpunkte gesetzt werden, um ein möglichst umfassendes Bild von den Herausforderungen bei Pflege und Nutzung des Kulturerbes zu skizzieren. Die vergleichende Betrachtung der Untersuchungsgebiete erfolgt danach in einem zweiten Schritt. Abschließend werden die Ergebnisse kurz in die oben angerissene Debatte eingebettet.

Stratford on Avon – Tourismusentwicklung seit über 300 Jahren!

Stratford-upon-Avon ist eine Kreisstadt mit knapp 24.000 Einwohnern. Sie liegt ca. 180 km nordöstlich von London in Mittelengland, einer Region, die von Strukturwandel und Globalisierungsprozessen in den letzten Jahren und Jahrzehnten besonders betroffen ist. In Stratford selbst jedoch liegen der Lebensstandard und die Beschäftigungsquote über dem britischen Durchschnitt. Ihre Prosperität und damit ihre Sonderstellung verdankt die Stadt ganz wesentlich dem Umstand, dass hier im April 1564 William SHAKESPEARE geboren wurde. Obwohl der weltberühmte englische Schriftsteller die Stadt mit 21 Jahren verließ und erst drei Jahre vor seinem Tod dorthin zurück kehrte (seine Berühmtheit also in der Ferne, in der Hauptstadt London erlangte), ist sein Name für immer mit Stratford on Avon verbunden.

Die bewusste Pflege dieses Erbes hat in der Kleinstadt eine lange Tradition. So wurde bereits 1664 das erste „Shakespeare-Festival“ ausgerichtet, ein Theaterfest, das auch Gäste aus dem fernen London anzog. Seither gibt es eine Beherbergungs-Kultur in Stratford. Eine Episode aus dem 18. Jahrhundert belegt die besondere Identifikation der Bürger Stratfords mit dem berühmten Sohn ihrer Stadt: Der damalige Eigentümer von SHAKESPEARES Alterswohnsitz „New Place“ ließ einen Platanenbaum fällen, der – der Legende nach - von Shakespeare selbst gepflanzt worden sein soll. Daraufhin drängten ihn die empörten Einwohner aus der Stadt. Der Besitzer von New Place ließ im Gegenzug das Gebäude abreißen. Dieser Verlust führte dazu, dass sich die örtliche Gemeinschaft noch stärker um das kulturelle Erbe Shakespeares zusammen schloss. Außerdem markiert diese Episode den Beginn der Souvenirproduktion in Stratford. Ein umtriebiger Handwerker begann bald, aus dem Holz der gefällten Platane Souvenire mit Shakespeare-Bezug zu fertigen. Als schließlich im Jahr 1847 das Geburtshaus von William SHAKESPEARE nach Amerika verkauft werden sollte, erhob sich in ganz England ein gewaltiger Aufschrei und eine nie da gewesene Sammelaktion wurde in Gang gesetzt.

Im Ergebnis stand im gleichen Jahr die Gründung des Shakespeare Birthplace Trustes, der seither sukzessiv Gebäude und Grundstücke aufgekauft bzw. in Verwaltung übernommen hat, die mit William SHAKESPEARE in Verbindung stehen. Heute verwaltet der Trust neben fünf Shakespeare-Stätten noch das Haus von John HARVARD, dem Begründer der gleichnamigen Universität. Außerdem wird das SHAKESPEARE Center vom Trust betrieben, das 1964 in unmittelbarer Nachbarschaft des Geburtshauses errichtet wurde. Der Shakespeare Birthplace Trust bekommt keinerlei öffentliche Gelder, sondern finanziert sich

ausschließlich aus privaten Zuwendungen und kommerziellen Einnahmen. Die breite Streuung der Einnahmen sichert eine relative Unabhängigkeit von den aktuellen Besucherzahlen sowie eine eigenständige Politik.

Dennoch stellt der seit den 70er Jahren des vergangenen Jahrhunderts zu verzeichnende Abwärtstrend bei den Besucherzahlen eine ständige Herausforderung für den Trust dar. Besuchten vor dreißig Jahren noch über eine Million Menschen jährlich die Shakespearestätten in Stratford, so sind es heute lediglich noch rund 800.000. Der Negativtrend wurde durch die Ereignisse vom 9. September 2001 zusätzlich verstärkt, da viele Touristen aus den USA in der Folgezeit ausblieben. Insgesamt besuchen jährlich ca. 5 Mio. in- und ausländische Touristen Stratford und Umgebung.

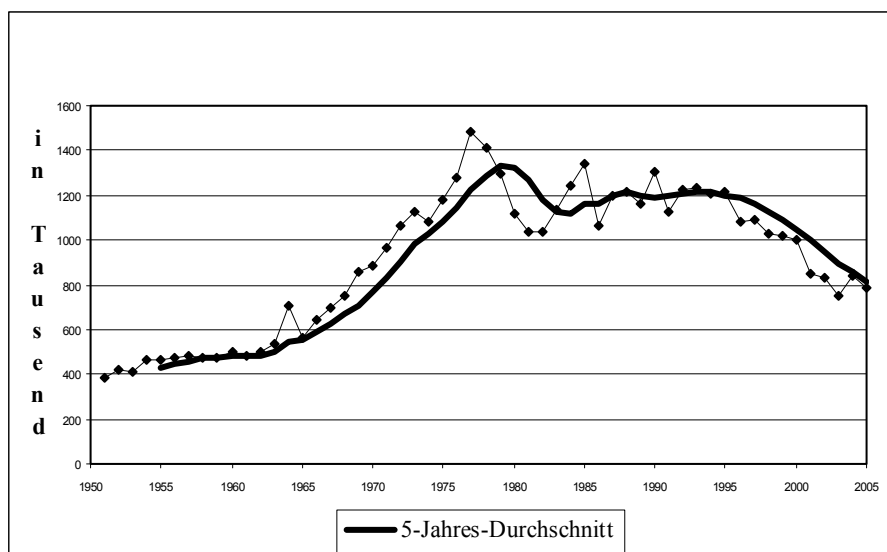


Abb. 1: Entwicklung der Besucherzahlen des Shakespeare Birthplace Trust seit 1950

Quelle: <http://www.shakespeare.org.uk/files/SBTOTALS.doc>

Neben den SHAKESPEARE-Stätten zieht vor allem das Royal Shakespeare Theatre mit seinen drei Spielstätten Besucher in die Stadt. Viele Tagesausflügler aus den nahen Metropolen genießen die Beschaulichkeit der Kleinstadt und die reizvolle Landschaft entlang des Flusslaufes der Avon. Knapp ein Fünftel aller Besucher sind Übernachtungsgäste. Jeder zweite Arbeitsplatz der Stadt steht in direktem Bezug zum Tourismussektor. Das Gastgewerbe hat eine lange Tradition in Stratford. Bereits wenige Jahre nach dem Tod von William SHAKESPEARE kamen die ersten Liebhaber seiner Stücke, um seine Geburtsstadt zu besuchen. War dieser Bildungstourismus über die Jahrhunderte hinweg weitgehend unbedeutend geblieben, so wuchs der Besucherstrom im vergangenen Jahrhundert rasant.

Dies hatte signifikante Auswirkungen auf die lokale Wertschöpfung. Die große Anzahl der Touristen führt zu einer Aufweitung des Marktes für Waren und Dienstleistungen. Es kam und kommt zur Ansiedlung von Einzelhandelsketten und Modeboutiquen, die in einer Kleinstadt dieses Maßstabs sonst nicht anzutreffen wären. Hinzu kommt eine Fülle von Restaurants, Cafes und Kneipen

sowie von Theatern, Kinos, Bibliotheken und wissenschaftlichen Einrichtungen. So hat sich in Stratford eine Infrastruktur entwickelt, wie sie für Großstädte typisch ist. Dabei ist der Geburtsort SHAKESPEARES ein beschauliches Provinzstädtchen in ländlich geprägter Umgebung geblieben. Stratford verbindet somit die Vorteile ländlicher Siedlungen mit denen städtischer Zentren. Die Stadt zählt folgerichtig zu den attraktiven Standorten in England.

Allerdings gibt es in Stratford auch breite Bevölkerungsschichten, die ihre Lebensqualität durch den Touristenstrom beeinträchtigt sehen und die sich ihre Stadt ruhiger und mit weniger Besuchern wünschen. Die innerstädtische Auseinandersetzung um die optimale Intensität touristischer Nutzung findet ihren Ausdruck beispielsweise in dem so genannten „Eisenbahnproblem“. Seit 1976 besteht – nach einer übereinkommenden Entscheidung des Bahnbetreibers mit der lokalen Verwaltung - keine direkte Bahnverbindung mehr nach London. Bis heute jedoch wird die Auseinandersetzung über die Wiederaufnahme des Bahnverkehrs in süd-östlicher Richtung intensiv geführt. Die Befürworter verweisen auf die bestehenden Probleme mit dem Individual- und Busverkehr in der Stadt. Gegner befürchten, dass bei direkter Bahnverbindung nach London noch mehr Touristen in die Stadt kommen würden und sie dadurch an Attraktivität als Wohnort einbüßen könnte.

Neben der grundsätzlichen Frage nach mehr oder weniger Touristen in der Stadt steht Stratford vor einer Reihe weiterer Herausforderungen stadtplanerischer und infrastruktureller Natur. Die Eingangsbereiche in die Stadt benötigen eine Umgestaltung, die Verkehrsleitung muss umorganisiert und neue Parkmöglichkeiten müssen geschaffen werden. Eine wichtige Rolle beim Interessenausgleich spielt der Verein „Stratford-upon-Avon Town Centre Management Partnership“. Er wird zu dreißig Prozent aus öffentlichen Haushalten finanziert. Die verbleibenden siebenzig Prozent werden durch Beiträge der über 400 Mitgliedsfirmen dargestellt. Der Verein koordiniert Vorhaben und Initiativen auf verschiedenen Verwaltungsebenen mit dem ansässigen Gewerbe. Dabei fokussiert er seine Tätigkeit auf Alltagsherausforderungen und das operative Tagesgeschäft. Aufgabenstellungen sind beispielsweise der Umgang mit Graffiti oder die Bereitstellung von Informationen und Beratungsdienstleistungen für die Mitglieder.

Die Umsetzung des strategischen Entwicklungsprojekts „World Class Stratford“ liegt in den Händen einer gleichnamigen Organisation, die bei der Kreisverwaltung angesiedelt ist. Das Projekt „World Class Stratford“ zielt auf eine tief greifende Umgestaltung des Stadtzentrums. Neue Fußgängerzonen und Flaniermeilen sollen entstehen, um die Sehenswürdigkeiten Stratfords besser miteinander zu verbinden und den Touristen dadurch mehr Komfort zu bieten. Ein erstes Teilprojekt, das auf die bessere Einbindung des SHAKESPEARE Theaters in das Ensemble der Stadt abzielt, soll bereits in diesem Jahr abgeschlossen werden. Mittelfristig müssen zur Umsetzung des Gesamtprojekts der Verkehr aus der Innenstadt ausgelagert und Umgehungsstrassen geschaffen werden. Beide Projekte werden mit Hilfe der regionalen Entwicklungsagentur „Advance West Midlands“ finanziert.

Die bisherige Darstellung zeigt, dass sich in Stratford - trotz gelegentlichen Widerstands aus Teilen der Bevölkerung – nahezu alles um den Tourismus dreht. Dabei steht der Name, ja die Marke „SHAKESPEARE“ unumstritten im Zentrum der Vermarktung und es ist beeindruckend, in welcher Vielfalt dieses Thema von den lokalen Anbietern im Gastronomie- und im Unterkunftsgewerbe aufgegriffen und umgesetzt wird. Dennoch gibt es daneben weitere Sehenswürdigkeiten, wie das bereits erwähnte Harvard Haus, ein Teddybär-Museum oder die „Schmetterlingsfarm“. Die Verantwortlichen im Tourismussektor setzen zukünftig auf eine verstärkte Verzahnung der einzelnen Angebote zu komplexen Produkten.

Dabei kann sich Stratford-upon-Avon nicht auf sich selbst beschränken. Die Stadt sucht zunehmend die Kooperation mit dem Umland. So vermarkten sich die Grafschaften Warwickshire und Stratford gemeinsam unter dem Label „Shakespeare’s Country“. Dieses Konzept wird von der South Warwickshire Tourism Ltd., einer von den Regionalverwaltungen mitfinanzierten Tourismusagentur, umgesetzt. Durch eine Verknüpfung der SHAKESPEARE-Museen von Stratford als touristischem Hauptanziehungspunkt mit anderen Sehenswürdigkeiten der Region wie z. B. dem Warwick Castle oder der Wellnessfarm „Lemington Spa“ soll die Verweildauer der Touristen in der Region erhöht werden. Allerdings werden all diese Maßnahmen nicht ausreichen, um die rückläufigen Besucherzahlen in den Shakespearestätten zu kompensieren. Seit über 370 Jahren zieht der Name „William SHAKESPEARE“ Menschen aus aller Welt in die Region. Dem offensichtlich nachlassenden Interesse am klassischen Erbe müssen neue, zeitgemäße Vermittlungsformen, Bildungs- und Informationsangebote entgegengesetzt werden, um die herausragende Stellung von Stratford und dem Umland langfristig zu sichern.

Weimar – Kultur(haupt)stadt Europas

Weimar – das ist die Stadt GOETHEs und SCHILLERs. Aber es ist noch viel mehr. HERDER, LISZT oder NIETZSCHE sind nur einige weitere große Persönlichkeiten, die das Image der Stadt anlockte und deren Wirken umgekehrt zu dessen weiterer Bereicherung beitrug. Das Deutsche Nationaltheater bzw. die Bauhaus-Bewegung sind ebenfalls auf engste mit Weimar verbunden. Dies gilt aber auch für das den Zivilisationsbruch durch die Nazis symbolisierende Konzentrationslager Buchenwald.

Der kulturhistorische Reichtum des Erbes von Weimar findet heute seinen Niederschlag im Antlitz der Stadt und trägt maßgeblich zu deren Attraktivität bei. Dies kann man als Ergebnis einer erfolgreichen Politik der Stadtväter auffassen, die im Jahr 1775 ihren Anfang nahm, als der junge Herzog Karl August den damals schon berühmten Dichter Johann Wolfgang GOETHE einlud, sich in Weimar niederzulassen. Seither waren Künstler und Kunstliebhaber aus Deutschland und ganz Europa als Besucher und Bewohner in der Stadt willkommen.

Heute gibt es in Weimar, einer Stadt mit ca. 65.000 Einwohnern, zwei Hochschulen: die Bauhaus-Universität und die Musikhochschule Friedrich LISZT. Hinzu kommen über 30 Museen und das bereits erwähnte Deutsche

Nationaltheater. Damit verfügt das Mittelzentrum Weimar über Ausstattungsmerkmale einer Großstadt. Das erhöht die Attraktivität der Stadt nicht nur als Touristenzentrum, sondern auch als Wohnort. Dies wird bei einem Blick auf die Einwohnerzahlen deutlich. Betrachtet man die Bevölkerungsentwicklung Weimars im vergangenen Jahrzehnt, so wird die Sonderstellung der Stadt deutlich: Während die neuen Bundesländer insgesamt und der Freistaat Thüringen mit sinkenden Einwohnerzahlen konfrontiert sind, verzeichnet Weimar als eine von wenigen Kommunen Ostdeutschlands sogar ein Bevölkerungswachstum. (s. Abb. 2)

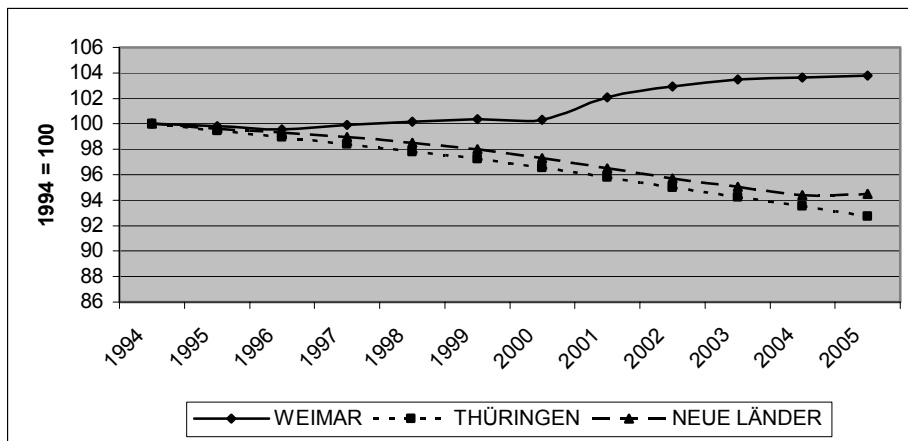


Abb. 2: Bevölkerungsentwicklung der Stadt Weimar, des Freistaates Thüringen und der neuen Bundesländer 1994-2005 im Vergleich

Quelle: Statistisches Bundesamt

Dennoch darf eine herausragende Rolle der kulturellen Faktoren bei der Begründung der vergleichsweise positiven Gesamtsituation der Stadt unterstellt werden. Am deutlichsten zeigt sich dieser Einfluss im Tourismussektor. Heute kommen jährlich über drei Millionen Besucher aus aller Welt nach Weimar. Etwa 500.000 bleiben als Übernachtungsgäste. Der jährliche Umsatz im Tourismussektor beträgt ca. 125 Mill. Euro, über 4000 Arbeitsplätze sind in der Branche angesiedelt. (Tab. 3) Einen bedeutenden Impuls für die Entwicklung des Tourismus in Weimar stellte das Jahr 1999 dar, in dem Weimar die Kulturhauptstadt Europas war. Damals stieg die Anzahl der Übernachtungen sprunghaft um 50% gegenüber 1998. Nach einem (zu erwartenden) zwischenzeitlichen Abfall wird inzwischen der damalige Höchststand beinahe wieder erreicht. (Tab. 3)

Die Entwicklung touristischer Angebote und deren breite Vermarktung sind Aufgabe der weimar GmbH. Sie betreibt als Entwicklungsagentur Standortmarketing mit den Säulen Tourismus, Kongresse und Investitionen. Die weimar GmbH ist eine privatwirtschaftlich geführte Tochter der Stadt. Das Tätigkeitsfeld des Unternehmens schließt auch die Koordination der Aktivitäten der verschiedenen Akteure im kulturellen wie im geschäftlichen Leben der Stadt

mit der Verwaltung ein. Bei der Reichhaltigkeit des kulturellen und touristischen Angebots sowie der Vielzahl der Anbieter ist dies eine große Herausforderung.

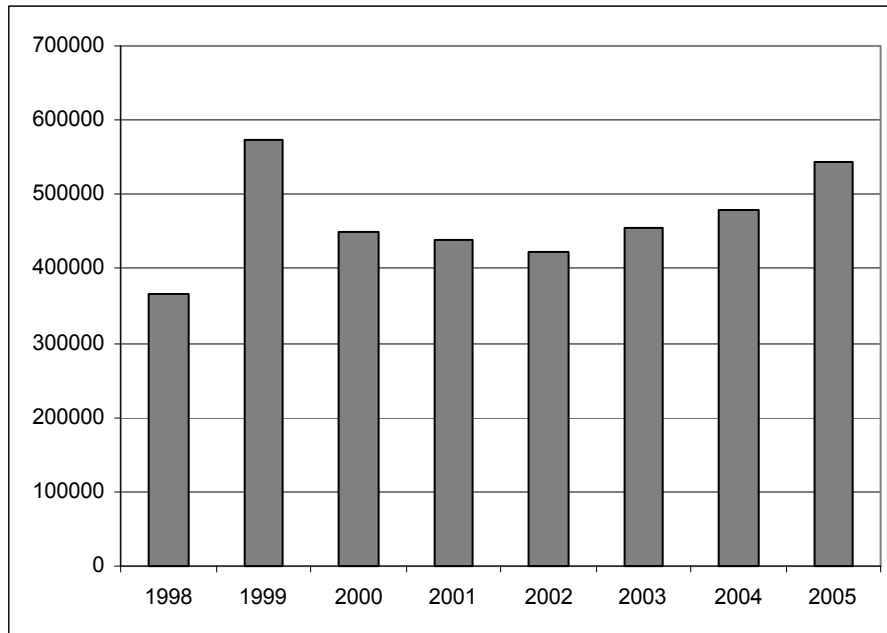


Abb. 3: Anzahl der Übernachtungen in Weimar 1998 – 2005

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik

Ein wichtiger Partner der weimar GmbH ist dabei die Klassik Stiftung Weimar. Unter ihrem Dach sind 23 Museen zusammen gefasst, die mehr als drei Viertel aller Museumsbesucher Weimars anziehen. Hinzu kommen weitere nicht-museale Einrichtungen wie Archive und Bibliotheken. Die Stiftung wird vom Bund, dem Land Thüringen und der Stadt Weimar gemeinsam finanziert. Hauptaufgabe der Stiftung ist die Bewahrung und Vermittlung des klassischen Weimarer Erbes. Sie hat dazu ein breites Besucherangebot entwickelt, das auch eigenständig vermarktet wird. Die Klassik Stiftung will zukünftig einen noch stärkeren Akzent auf Bildungsfragen setzen. Neben der Klassik Stiftung nehmen sich auch weitere Organisationen dieser Aufgabe an. So hat z.B. die Weimar-Jena-Akademie, ein freier Verein, sehr erfolgreich ein neues Bildungsprodukt implementiert: die Weimarer Sommerkurse. Dabei treffen sich alljährlich ca. 80 junge Leute aus Europa und der ganzen Welt, um das Weimarer Kulturerbe und seine Bedeutung für die heutige Generation zu diskutieren.⁵ Im Kulturhauptstadtjahr 1999 erstmals durchgeführt, übersteigen die Anmeldungen inzwischen deutlich die Anzahl der Plätze. Aktive Bildungsarbeit wird auch in der nicht zur Klassik Stiftung Weimar gehörenden Gedenkstätte „Buchenwald“ betrieben.

Neben den Museen spielen die beiden bereits erwähnten Hochschulen mit ihren ca. 6000 Studenten eine wichtige Rolle im Leben der Stadt. Sie sorgen nicht

⁵ www.sommerkurse-weimar.de

nur dafür, dass Weimar „jünger“ wird. Vielmehr haben sie auch einen bedeutenden Einfluss auf das lokale Wirtschaftsgeschehen. Die Stadt ist voll von kleinen Architektur- und Designbüros sowie von start-ups im Medien- und Kultursektor. Allein 40 von ihnen sind seit 2001 im „Neu-Deli“ entstanden, dem Gründerzentrum der Bauhaus-Universität. Auch die Stadt betreibt ein weiteres Gründerzentrum und verfolgt insgesamt eine aktive Wirtschaftsförderpolitik. Bestandspflege und Investitionsförderung sollen die historisch gewachsene diversifizierte gewerbliche Wirtschaftsstruktur mit Schwerpunkten im Chemie- und Pharmabereich bzw. in der Metallverarbeitung unterstützen.

Obwohl Weimar unbestritten eine Erfolgsgeschichte ist, darf nicht übersehen werden, dass die Stadt heute vor großen Herausforderungen steht. Trotz aller Erfolge im Tourismusbereich, vieler Unternehmensgründungen und aktiver Wirtschaftsförderpolitik ist die Arbeitslosigkeit in der Stadt unverändert hoch und unterscheidet sich kaum vom gesamthüringischen Durchschnitt. Die Arbeitslosigkeit trägt zum großen Teil strukturellen Charakter, insofern sie aus Schließung von Industriebetrieben in der Stadt und dem Umland nach der deutschen Wiedervereinigung herrühren. Der damit einhergegangene Verlust an Arbeitsplätzen lässt sich durch den Tourismus allein nicht auffangen. Zudem muss festgestellt werden, dass für die Stadtkämmerei Kultur- und Tourismusförderung ein Zuschussgeschäft ist. Die großen Hotelbetreiber zahlen ihre Steuern zumeist andernorts. Schwierigkeiten bestehen weiterhin in der Zuordnung klarer Kompetenzen im Spannungsfeld zwischen Besucher- und Investorenbetreuung, Tourismus- und Standortmarketing bzw. Kulturerbepflege und Kulturförderung. Zudem stellt die starke Konzentration des Besucherinteresses auf die sechs populärsten Museen ein Entwicklungshemmnis dar. Während hier teilweise Beschränkungen eingeführt werden mussten, leiden viele kleinere (oftmals nicht weniger interessante) Museen an zu geringer Auslastung.

Generell erscheint die Stadt jedoch mit ihrer Entwicklungsstrategie, die auf eine gleichrangige Förderung von Kultur und Wirtschaft abzielt, gut aufgestellt. Auch die Positionierung als europäische Kulturstadt und ein verstärkter Impuls bei Aus- und Weiterbildung sollten dazu beitragen, dass Weimar auch langfristig seine über Jahrhunderte erworbene Anziehungskraft behält und möglicherweise weiter steigern kann.

„Jasnaja Poljana“ – ambitionierte Pläne in einem dynamischen Umfeld

Das Staatliche Museum und Landgut von Leo TOLSTOI „Jasnaja Poljana“ wurde 1921 gegründet. Der zentrale Teil umfasst das Anwesen des großen russischen Schriftstellers und Philosophen einschließlich seines Wohnhauses, verschiedener Wirtschaftseinrichtungen, der Parkanlagen, Obstgärten und Forste. Das Landgut als Kernzone des Schutzgebiets umfasst insgesamt 412 ha. Es befindet sich am Rand des Dorfes „Jasnaja Poljana“, Ortsteil des Gemeindeverbundes Golowenkowskoje. In Jasnaja Poljana leben ca. 2000 Einwohner, viele von ihnen sind Angestellte des Museums. Jasnaja Poljana liegt etwa 200 km südlich von Moskau und 15 km südlich der Gebietshauptstadt Tula.

Das Museum sieht sich seit Gründung auch in der Tradition eines praktischen sozialen Engagements, das wesentlich zum Weltruhm von Leo TOLSTOI beitrug. So gründete TOLSTOIS Tochter Aleksandra als erste Direktorin des Museums in den 20er Jahren des vergangenen Jahrhunderts eine Schule sowie ein Krankenhaus in Jasnaja Poljana. Seit seinem Amtsantritt greift auch der heutige Direktor Vladimir I. TOLSTOI, ein Ururenkel des Schriftstellers, auf diese Ansätze zurück und weitet sie aus. So umfasst das Museum heute ein ganzes Netzwerk an Filialen im Gebiet Tula und darüber hinaus, die eng mit Leben und Schaffen Leo TOLSTOIS in Verbindung stehen.

Vorzeigeobjekte der jüngsten Erfolgsgeschichte sind die gemeinsam mit der russischen Staatsbahn 2001 wieder errichtete historische Bahnstation „Kozlova Zaseka“ sowie der Museumskindergarten „Brüderschaft der Ameisen“. Hier werden die Kinder aus Jasnaja Poljana nach Tolstoischen Prinzipien betreut. Generell engagiert sich das Museum stark im Bildungsbereich. Eine besonders intensive Arbeit erfolgt traditionell mit Schul- und Vorschulkindern. In den letzten Jahren sind daneben auch neue Angebote für Erwachsene bzw. für ausländische Besucher entwickelt worden. Im Fokus aller Bildungsangebote stehen nicht nur Literatur und Gedankenwelt des Leo Tolstoi, sondern darüber hinaus Themen wie traditionelle russische Lebensweise, Volkskunst oder das Leben auf dem russischen Landgut.

Dem Museum ist es im Verlauf seines Bestehens gelungen, sich zunehmend als eine kulturelle Einrichtung von Weltgeltung zu etablieren. Es bemüht sich folgerichtig um die Aufnahme in die UNESCO-Liste der Weltkulturerbestätten. Als staatliches Museum wird es über die Föderale Agentur für Kultur und Kino der Russischen Föderation aus dem Staatshaushalt finanziert. Etwa zehn Prozent des Gesamtetats erwirtschaftet das Museum in Eigenleistung.

Die Mitarbeiterzahl stieg von knapp 100 im Jahr 1994 auf inzwischen über 500 an. Dies steht mit der Ausweitung des Dienstleistungsangebots sowie mit der angesprochenen Integration neuer Filialen im Zusammenhang. Außerdem wird die große Anzahl durch eine breite wirtschaftliche Tätigkeit bedingt, die auf Leo TOLSTOI unmittelbar zurückgeht. Sie umfasst u.a. Forstwirtschaft, Obstanbau, Imkerei und Pferdezucht.

Heute tritt das Museum als wichtiger Motor für eine nachhaltige Regionalentwicklung mit besonderem Schwerpunkt auf Kulturtourismus und Kulturwirtschaft auf.⁶ Dies schlägt sich auch in dem in Russland viel beachteten „Abkommen von Jasnaja Poljana“ nieder. Es handelt sich dabei um ein im Juli 2004 unterzeichnetes politisches Dokument, das eine Sektoren übergreifende Zusammenarbeit zwischen Wirtschaft, Verwaltung und Kultur in der Region um Jasnaja Poljana begründen soll. Das Dokument konstatiert eine gemeinsame Problemsicht regionaler Schlüsselakteure und die Notwendigkeit Sektor- und Branchen übergreifender Lösungsansätze. Damit hat es Russland weit Pilotfunktion erworben und ein völlig neues Paradigma in der regionalpolitischen Diskussion etabliert. Mit dem „Abkommen von Jasnaja Poljana“ wurde zugleich ein jahrzehntelanger Konflikt zwischen dem Tolstoi-Museum und

⁶ vgl. Jörg RATHMANN: „Krieg und Frieden. Lev Tolstojs Landgut als Motor von Regionalentwicklung“, in: Osteuropa 02/2005, S. 75ff

dem benachbarten Chemiekombinat „Sjchekino-Azot“, der sich an den Schadstoffemissionen des Kombinates entzündet hatte, überwunden.

Ökologische Probleme spielen in und um Jasnaja Poljana nach wie vor eine wichtige Rolle, aber sie beeinträchtigen nicht unmittelbar und nicht maßgeblich die Haupteinnahmequelle des Museums – den Tourismus. Jährlich kommen ca. 130.000 Besucher nach Jasnaja Poljana. Neben einem stetigen Aufwärtstrend fällt besonders auf, dass sich der Anteil der Erwachsenen an den Gesamtbesuchern in den vergangenen fünf Jahren konsequent gesteigert hat. (Abb. 4)

Diese Verschiebung innerhalb der Besuchergruppen ist für die weitere Entwicklung von Jasnaja Poljana besonders wichtig, da die rein quantitative Steigerung der absoluten Besucherzahlen aus Gründen der Denkmalpflege nicht erstrebenswert ist. Bereits jetzt muss der Zugang zum Tolstoi-Haus, der Hauptattraktion auf dem Gut, in der Saison stark beschränkt und reglementiert werden. Es ist daher von Bedeutung, einerseits weitere Attraktionen zu schaffen und andererseits verstärkt auf Besuchergruppen zu zielen, die länger in der Region verweilen wollen.

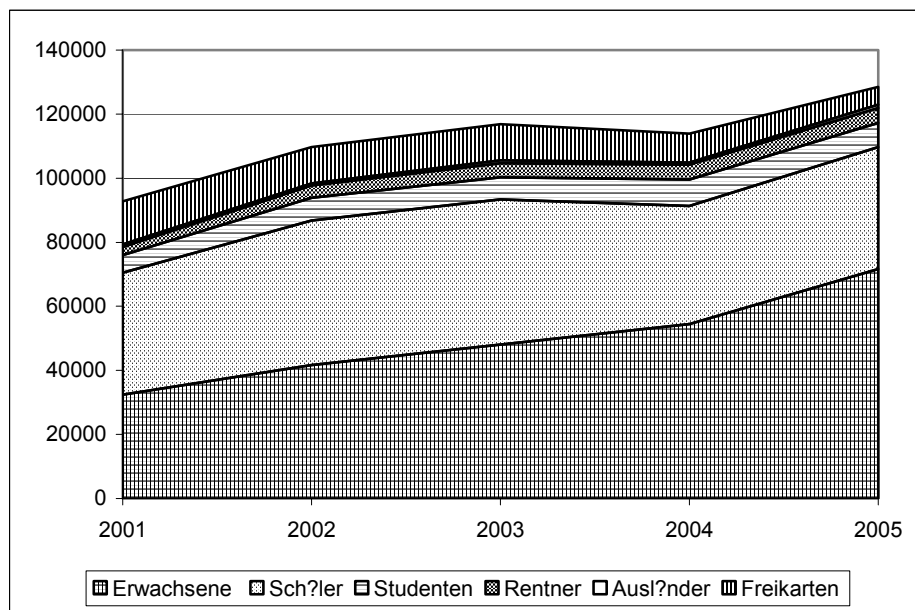


Abb. 4: Entwicklung der Besucherzahlen in Jasnaja Poljana nach Gruppen 2001- 2005

Quelle: Besucherkasse des Tolstomuseums, interne Jahresberichte

Die bisher vorhandene touristischer Infrastruktur ist nicht ausreichend, um den Besucherbedarf in der Saison zu bedienen. Das Museum hat in einem anliegenden Areal zwei Hotels mit ca. 75 Gästebetten errichtet, die inzwischen kommerziell betrieben werden. Weitere kleine und mittlere Hotels und Pensionen entstehen in der Umgebung, teilweise unter Umgehung bzw. Aushöhlung von bestehendem Baurecht.

Den Besucherverkehr in und um Jasnaja Poljana organisiert die Agentur für Kulturtourismus. Sie ist als Abteilung des Museums organisiert und hat in der Tulaer Filiale ihren Sitz. Die Agentur entwickelt gemeinsam mit anderen regionalen Anbietern touristische Pauschalangebote und platziert diese am Markt. Die Zusammenarbeit mit anderen Anbietern und Dienstleistern im Tourismusbereich erfolgt jedoch bisher nur punktuell. Die Wichtigkeit einer institutionalisierten Kooperation wird zwar von den Partnern in der Region immer wieder betont. Der entscheidende Impuls zu ihrer Etablierung scheint jedoch zu fehlen.

Es ist das Ziel von Jasnaja Poljana, sich zu einem internationalen Kultur- und Bildungszentrum zu entwickeln. Hierbei sollen die bevorstehenden historischen Jubiläen genutzt werden: 2008 – 180. Geburtstag bzw. 2010 – 100. Todestag von Leo TOLSTOI. Zur Umsetzung dieser Vision sind zahlreiche Infrastrukturmaßnahmen erforderlich. Prioritäre Entwicklungsprojekte sind das Internationale Tourismuszentrum „Jasnaja Poljana“ sowie das Freilichtmuseum Krapivna.

Das internationale Tourismuszentrum „Jasnaja Poljana“ soll neben Hotels und Restaurants einen Konferenz- und einen Kinosaal sowie einen Festival- und einen Wellnessbereich umfassen. Weiterhin sind die Errichtung eines Archivs, eines Ausstellungssaals, einer Bibliothek sowie eines Wissenschaftszentrums vorgesehen.

Die ehemalige Kreisstadt Krapivna ist eng mit dem Wirken von Leo TOLSTOI verbunden. Zudem hat sie die traditionellen Stadtstrukturen des ausgehenden 19. Jahrhunderts bewahrt wie nur wenige russische Kleinstädte. Aufbauend auf diesen Alleinstellungsmerkmalen soll der Ort, inzwischen eine 2000-Seelen-Gemeinde, zu einem Freilichtmuseum umgestaltet und zu einer weiteren Touristenattraktion in der Region aufgewertet werden.

Neben den Infrastrukturprojekten bedarf es in Jasnaja Poljana ebenfalls der Entwicklung von Partnerschaften, Bildungsprogrammen und Angeboten auf internationalem Niveau. Von zentraler Bedeutung ist die Ausweitung der modellhaften Umsetzung Tolstoischer Pädagogik über den bereits vorhandenen Kindergarten hinaus auf eine Modell-Schule bzw. langfristig im Rahmen einer Tolstoi-Akademie.

Die Umsetzung der ambitionierten Entwicklungsziele erscheint in dem dynamischen russischen Umfeld durchaus realistisch, wie andere Großprojekte des Landes zeigen. Bei erweiterten infrastrukturellen Möglichkeiten und einer umfassenderen Ausnutzung des facettenreichen Erbes von Leo Tolstoi in vielfältigen touristischen und Bildungsangeboten hat Jasnaja Poljana gute Voraussetzungen, über Russland hinausgehende Bedeutung als internationales geistig-kulturelles Zentrum zu erlangen.

Die drei Kulturzentren im Vergleich

Die Heim- bzw. Wirkungsstätten von SHAKESPEARE, GOETHE und TOLSTOI befinden sich alle drei heute in makroökonomischen Kontexten, wie sie für entwickelte Industrieländer typisch sind. Großbritannien, Deutschland und die Russische Föderation sind G 8 Staaten und zählen somit zu den einflussreichsten

Nationen der Welt. Schaut man sich die volkswirtschaftlichen Kenndaten genauer an, so fällt zwar das geringe Pro-Kopf-Einkommen Russlands auf. Allerdings besticht das Land seit Jahren mit Wachstumsraten der Gesamtwirtschaft, von denen Großbritannien oder Deutschland nur träumen können. (Tab. 1)

Die regionale Einordnung bringt sowohl in administrativer wie in touristischer Hinsicht weitere Ähnlichkeiten zum Vorschein, wenn man auf Flächengröße und Einwohnerzahl der jeweiligen Bezugsregionen schaut. Zudem befinden sich alle drei Dichterorte in ähnlicher Entfernung von der Hauptstadt des Landes. Zugleich haben sie mehrere Großstädte in ihrem näheren Einzugsgebiet.

Tab. 1: Die Untersuchungsgebiete – allgemeine Angaben

	<i>Stratford</i>	<i>Weimar</i>	<i>Jasnaja Poljana</i>
Nationale Einordnung			
Bezeichnung	Vereinigtes Königreich	Bundesrepublik Deutschland	Russische Föderation
Fläche	244.820 km ²	357.050 km ²	17.075.400 km ²
Bevölkerung (in Tausend)	60.209.500	82.438.000	142.400.000
Bruttosozialprodukt 2006 (in USD)*	2345 Mrd.	2906 Mrd.	987 Mrd.
Bruttonationaleinkommen pro Kopf 2006 (in USD)*	40.180	36.620	5.780
Wirtschaftswachstum 2006*	2,8 %	2,8 %	6,7%
Touristisches Kerngebiet			
Siedlungstyp	Stadt	Stadt	Dörfliche Siedlung
Bevölkerung (in Tausend)	23.676 (2001)	64.361 (2005)	2.461 (2002)
Altersstruktur	0-15	18,3%	11,1%
	16-65	65,2%	69,6%
	65+	16,5%	19,3%
Tourismusgebiet (Einbettung)			
Bezeichnung	Shakespeare's Country	Weimarer Land	Landkreis Shchekino
Fläche	1262 km ²	885 km ²	1379 km ²
Bevölkerung (in Tausend)	259,3	154,7	110,3
Arbeitslosigkeit (MOT)	2,3%	20,6%	8,8%
Administrative Zugehörigkeit			
Bezeichnung	West Midlands	Freistaat Thüringen	Gebiet Tula
Zentrum	Birmingham	Erfurt	Tula
Fläche	13004 km ²	16171 km ²	25700 km ²
Bevölkerung (in Tausend)	5267 (2001)	2411 (2005)	1622 (2005)
Umliegende Großstädte			
Name – Bevölkerung (in Tausend)	Birmingham - 1001,2 Coventry - 304,2	Erfurt - 202,6 Gera - 104,7 Jena - 102,2	Tula - 465,9 Novomoskowsk - 129,8 Serpuchow - 126,7

Quellen: Vassily Gnedovsky et al.: Capitalising on the Genius Loci and the Spirit of Time. Jasnaja Poljana 2007, eigene Übersetzung und Bearbeitung. * www.worldbank.org

Allerdings unterscheiden sich die Orte selbst hinsichtlich ihrer Größe beträchtlich voneinander. Weimar und Stratford sind Städte mit stark ausgeprägten zentralen Funktionen. Jasnaja Poljana hingegen ist ein kleines, nicht eigenständiges Dorf. Dieser Größenunterschied ist insbesondere bei der Bewertung des touristischen Potenzials zu beachten. Nehmen sich die derzeitigen Besucherzahlen von Jasnaja Poljana im Vergleich mit den europäischen Untersuchungsgebieten mehr als bescheiden aus, so ändert sich dieser Befund grundlegend, wenn man absoluten Ziffern zu den Einwohnern ins Verhältnis setzt. Kommen in Stratford 432 Touristen auf einen Einwohner, so sind es in Weimar 167 und in Jasnaja Poljana immerhin 148. (Tab. 3)

Weimar und Jasnaja Poljana verzeichnen über die letzten Jahre hinweg einen stetigen Aufwärtstrend bei den Touristenzahlen, wohingegen Stratford mit rückläufigen Ziffern kämpft.

Umgekehrt fällt der geringe Anteil ausländischer Touristen bzw. von Übernachtungsgästen an den Besuchern insgesamt in Jasnaja Poljana auf. Es ist zu vermuten, dass dies nicht nur in den fehlenden infrastrukturellen Voraussetzungen in und um Jasnaja Poljana sondern vor allem in der – durch komplizierte Visaregelungen und einem hartnäckigen Negativimage hervorgerufenen - generell schwierigen Position Russlands auf dem globalen Tourismusmarkt begründet liegt. (Tab. 2)

Insgesamt bleibt festzustellen, dass sich die Tourismusbranche in Stratford am weitesten entwickelt hat. Die englische Partnerregion hat die meisten Touristen zu verzeichnen und sie generiert die höchsten Einkommen aus diesem Wirtschaftsbereich. Über die Hälfte der arbeitsfähigen Bevölkerung Stratfords ist im Tourismus bzw. in tourismusnahen Sektoren beschäftigt. Dabei ist zu beachten, dass die gesamte Region Stratford strukturell und strategisch ganz klar auf Tourismus ausgerichtet ist.

In Weimar hingegen spielen traditionell kleines und mittleres produzierendes Gewerbe eine große Rolle. Das Umland von Jasnaja Poljana ist sogar großindustriell geprägt. (Tab. 3)

Ungeachtet dessen spielt der Tourismus in allen drei Untersuchungsgebieten eine herausragende Rolle. Dabei handelt es sich in ganz überwiegendem Maße um Kulturtourismus, dem die Namen der drei Weltgenies zu Grunde liegen. Markant ist in diesem Zusammenhang die große zeitliche Distanz, die zwischen dem Wirken von Shakespeare, Goethe und Tolstoi liegt. In der Folge finden sich heute in Stratford keinerlei Gegenstände mehr, die eindeutig Shakespeare zugeordnet werden könnten. Dem gegenüber verzeichnet allein das Tolstoi-Haus über 30.000 Originale.

Hebt der Kulturtourismus in Stratford und Jasnaja Poljana ganz eindeutig auf Shakespeare und Tolstoi ab, so nimmt Weimar mit seinem bereits beschriebenen vielfältigen kulturellen Erbe in dieser Frage eine Sonderstellung ein. Allein sechs Kernmarken haben die Experten vom Moskauer Institut für Kulturpolitik in ihrer vergleichenden Analyse für Weimar heraus gearbeitet. (Tab. 4) Stratford und Jasnaja Poljana bemühen sich ihrerseits um die Etablierung weiterer Marken, um das Besucherinteresse auf eine breitere Basis zu stellen.

Tab. 2: Tourismusentwicklung in den Untersuchungsgebieten

	<i>Stratford</i> (Stand 2001)	<i>Weimar</i> (Stand 2005)	<i>Jasnaja Poljana</i> (Stand 2005)
Gästebetten			
Anzahl	7.622 (4.506 in Hotels)	3.469	~550
Auslastung	77,1%	42,9%	k. A.
Touristen (Besucher)			
Insgesamt, davon:	~5.465 Tausend	~3.500 Tausend	~130 Tausend
Tagesbesucher	4.517 Tausend (82,6%)	~3.000 Tausend (84,2%)	k. A. (~95%)
Übernachtungsgäste	862 Tausend (15,8%)	543 Tausend (14,2%)	k. A. (~5%)
Privatbesuche	86 Tausend (1,6%)	35 Tausend (1%)	k. A.
Anteil ausländischer Touristen an den Übernachtungsgästen	12,7%	14%	1% (Basis: alle Besucher)
Einnahmen aus dem Tourismus			
Touristen insgesamt, davon:	£238,1 Mio.	125,85 Mio. €	k. A.
Tagesbesucher	£108,9 Mio. (45,7%)	66,3 Mio. (46,0%)	k. A.
Übernachtungsgäste	£121,4 Mio. (51%)	57,95 Mio. (52,7%)	k. A.
Privatbesuche	£7,7 Mio. (3,2%)	1,5 Mio. (1,3%)	k. A.
Arbeitsplätze			
Insgesamt, davon:	6.884	4.300	k. A.
Direkt	5.702	k. A.	k. A.
Mittelbar	1.183	k. A.	k. A.

Quelle: Vassily Gnedovsky et al.: Capitalising on the Genius Loci and the Spirit of Time. Jasnaja Poljana 2007, eigene Übersetzung und Bearbeitung

Tab. 3: Soziale Effekte des Tourismus in den Untersuchungsgebieten

	Stratford	Weimar	Jasnaja Poljana
Touristen insgesamt (in Tausend p. a.)	5465	3500	130
Einwohner im arbeitsfähigen Alter	12658	20918	879
Touristen pro Einwohner im arbeitsfähigen Alter	432	167	148
Arbeitsplätze durch den Tourismus insgesamt:	6884	4300	160**
Direkt	5702	3562*	132**
Mittelbar	1183	738*	28**
Anteil der Beschäftigten im Tourismus und tourismusnahen Sektoren (in %)	54,4	20,6	18,2

Quelle: Vassily Gnedovsky et al.: Capitalising on the Genius Loci and the Spirit of Time. Jasnaja Poljana 2007, eigene Übersetzung und Bearbeitung

* - extrapoliert ; ** - theoretisches Potenzial bei heutigen Besucherzahlen

Tab. 4: Das Kulturerbe der Untersuchungsregionen

	Stratford	Weimar	Jasnaja Poljana
Kernmarken			
Anzahl	2	6	1
Bezeichnung	<ul style="list-style-type: none"> • Shakespeare • Royal Shakespeare Theatre 	<ul style="list-style-type: none"> • Weimarer Klassik (Goldenes Zeitalter - Literatur) • Silbernes Zeitalter (Musik) • Bauhaus • Weimarer Republik • Deutsches Nationaltheater • Buchenwald • Kulturhauptstadt Europas 	<ul style="list-style-type: none"> • Tolstoi
Weitere Marken			
Anzahl	2	1	2
Bezeichnung	<ul style="list-style-type: none"> • Teddybär • John Harvard 	<ul style="list-style-type: none"> • J. S. Bach 	<ul style="list-style-type: none"> • Abkommen von Jasnaja Poljana • Krapivna
Bedeutende Verwalter des Kulturerbes			
Anzahl	2	6	1
Bezeichnung	<ul style="list-style-type: none"> • Shakespeare Birthplace Trust • Royal Shakespeare Theatre Company 	<ul style="list-style-type: none"> • Klassik Stiftung Weimar • Deutsches Nationaltheater • Gedenkstätte „Buchenwald“ • Weimar GmbH • Bauhaus-Universität • Hochschule für Musik „Franz Liszt“ 	Museum und Landgut „Jasnaja Poljana“
Museen und Objekte mit musealem Charakter			
Anzahl	7	30	5
Universitäten/Hochschulen			
Anzahl	1	2	0
Bezeichnung	<ul style="list-style-type: none"> • Shakespeare Institut der Universität Birmingham 	<ul style="list-style-type: none"> • Bauhaus-Universität • Hochschule für Musik „Franz Liszt“ 	---

Quelle: Vassily Gnedovsky et al.: Capitalising on the Genius Loci and the Spirit of Time. Jasnaja Poljana 2007, eigene Übersetzung und Bearbeitung

Dabei fällt auf, dass das „Abkommen von Jasnaja Poljana“ bereits als Marke, als Alleinstellungsmerkmal der Region aufgefasst wird. Es ist in der Tat in Russland weit beachtet, jedoch ist nicht davon auszugehen, dass Touristen nach Jasnaja Poljana reisen, um mehr über die Ursprünge dieses Dokumentes zu erfahren.

Allerdings prägt das „Abkommen von Jasnaja Poljana“ tatsächlich die Außenwahrnehmung der Region mit und bildet so einen wichtigen Rahmen für die Zusammenarbeit und Kommunikation innerhalb der Region.

Dennoch muss dieses Modell den Beweis erst noch erbringen, dass es für alltägliche Abstimmungen und Absprachen zwischen Museen, Hotels, Tourismusinformatoren, Kulturverwaltungen, Pensionen, Gaststätten usw. geeignet ist. So sind trotz der Gründung einer gleichnamigen Bürgerbewegung im Herbst 2005 erhebliche Umsetzungsdefizite zu konstatieren.

Bisher ist es nicht gelungen eine effektive intraregionale Kommunikation auf mehreren Ebenen zu organisieren, so dass die Zusammenarbeit zumeist sporadisch erfolgt. Bei weitem überzeugender funktionieren hingegen die Kooperationsmodelle in Weimar und Stratford. Diese basieren im Wesentlichen auf Mitgliedschaft in Verbänden und gemeinsamer strategischer Ausrichtung. Besonders beeindruckt die Selbstorganisation der Pensions- und Attraktionsbetreiber in Stratford. Ein geringer Mitgliedsbeitrag und ein Aufsteller für Info-Materialien jeweils anderer Einrichtungen im eigenen Haus sichern eine umfassende Information der Touristen sowie das Selbst-Marketing kleinerer Anbieter. Derartige Initiativen werden sowohl in Stratford als auch in Weimar von den lokalen Verwaltungen unterstützt und koordiniert.

Hinsichtlich der Entwicklung eines „kreativen“ Wirtschaftssektors in den Untersuchungsgebieten fallen zwei Befunde ins Auge – die beeindruckende Präsenz dieses Sektors in Weimar und dessen fast völliges Fehlen in Stratford und Jasnaja Poljana.

Weimar hat mit die höchste Designer- und Architekturbüro-Dichte im Vergleich deutscher Städte zu verzeichnen. Gern wird das Beispiel einer jungen Firma angeführt, die zunächst Audio-Guides für die Museen Weimars entwickelte und heute aktiv auf dem Weltmarkt agiert. Weitere derartige Erfolgsgeschichten lassen sich in dem in der Tat kreativen Umfeld zwischen Bauhaus-Universität, Kulturlandschaft und traditionellem Kleingewerbe finden. Gründerzentren runden dieses Bild ab. Die städtische Förderpolitik zielt jedoch nicht explizit auf die „creative industries“ ab. Im „Wirtschaftsentwicklungskonzept Weimar und Weimarer Land“ findet sich kein Verweis auf diesen Wirtschaftssektor. Es scheint eher so zu sein, dass die Stadt Weimar die Gründerförderung ebenso als Instrument der Standortpolitik einsetzt wie das viele andere deutsche Kommunen auch tun.

In Stratford hingegen konnten ganze zwei Unternehmen identifiziert werden, die sich dem „Kreativsektor“ zuordnen lassen. Und in Jasnaja Poljana beschränkt sich die Kulturwirtschaft bisher weitgehend auf Postulate, wenn man von der „Abteilung für Volkskunst“ des Tolstoi-Museums absieht.

Insgesamt können bei einem Vergleich der drei nationalen Kulturerbestätten Stratford, Weimar und Jasnaja Poljana überraschend viele Übereinstimmungen und Ähnlichkeiten festgestellt werden. Die Untersuchungsregionen agieren in vergleichbaren Kontexten und sehen sich ähnlichen Herausforderungen gegenüber. Dies betrifft insbesondere die nachhaltige Sicherung des Touristeninteresses (u.a. durch moderne Bildungsangebote), die umfassende Ausnutzung des (wirtschaftlichen) Potenzials des Kulturerbes sowie die

Zusammenarbeit der verschiedenen regionalen Akteure. Vor diesem Hintergrund erscheint das fortgesetzte Streben den Regionen nach Erfahrungsaustausch und Kooperation trotz der zwischen ihnen bestehenden und im Detail erheblichen Unterschiede nachvollziehbar.

Schlussbemerkungen: „Creative industries“ vs. Wurzeln und Authentizität

Die Logik erschien einfach: Kulturwirtschaft (oder „creative industries“) ist im Kommen und dies bedeute insbesondere für klassische Kulturzentren eine neue Chance, denn: „regional economic growth is driven by the location choices of creative people – the holders of creative capital – who prefer places that are diverse, tolerant and open to new ideas.“⁷

Ganz abgesehen von der Frage, ob empirische Befunde aus Übersee unreflektiert auf die kontinental-europäische bzw. russische Situation übertragen werden können, müssen wir einsehen, dass die scheinbar einfache Logik nicht aufgeht. Den „Super-Kreativen“ von einst – Shakespeare, Goethe, Tolstoi – müssen nämlich nicht automatisch bis in unsere Zeit Kreative folgen. In Weimar ist dies zwar auf beeindruckende Weise gelungen, aber selbst dort ist der „genius loci“ heute bei Weitem nicht nur zukunftsweisend und kreativ.

Stratford, Weimar und Jasnaja Poljana sind – mehr oder weniger – kleine Orte in der europäischen Provinz. Diese sind traditionell gerade nicht besonders tolerant, vielfältig oder offen. Das klingt in der Moskauer Studie mehrfach an und das bestätigen auch die Projektbeteiligten aus ihrer Alltagserfahrung. Hinzu kommen die gewichtigen Klassiker-Museen, die per Auftrag in erster Linie zum Bewahren und Erhalten verpflichtet sind. Auch dieser Umstand fördert eher ein Klima des Fortführens von Althergebrachtem als das einer permanenten Erneuerung.

Die untersuchten Kulturerbestätten sind daher eher ungünstig für eine - im Floridaschen Sinne - auf dem „Kreativsektor“ aufbauende Regionalentwicklung und sie sollten mit dieser Aufgabe auch nicht überfordert werden. Insgesamt kann man jenen zustimmen, die vor einer Überbewertung des Potenzials der Kulturwirtschaft warnen, denn „fatal wäre es, die Wirtschaft mit Kunst, Ideen oder Kreativität für einen Königsweg aus der Krise eines globalisierten Kapitalismus zu halten.“⁸

Dennoch leisten klassische Dichterorte bereits heute viel für die nachhaltige Entwicklung in ihren Regionen und diese Rolle könnte zukünftig noch wachsen. Denn in der globalisierten Welt mit der viel beschriebenen Tendenz zur Unifizierung gibt es auch den gegenläufigen Trend, der an Bedeutung weiter gewinnen dürfte: den Trend zur Rückbesinnung auf die eigenen Wurzeln, auf die eigene Kultur, wie ihn Huntington vor einem Jahrzehnt bereits prognostiziert hat: „In der Welt nach dem kalten Krieg zählen ... Symbole kultureller Identität ...;

⁷ Richard Florida: *The Rise of the Creative Class*, New York 2002, S. 223

⁸ Tina Veihelmann: „Münchhausen zappelt noch.“, in: Freitag. Die Ost-West-Wochenzeitung, 26/2006

denn ... kulturelle Identität hat für die meisten Menschen höchste Bedeutung.⁹ Hierin besteht für die europäischen Kulturerbezentren eine besondere Chance, wenn sie ihre Authentizität wahren. Zum einen würden sie dadurch nachhaltig attraktiv für eine Vielzahl von Touristen. Zum anderen könnten sie bei geeigneter Vermittlung und gutem Marketing zu bedeutenden und wichtigen Standorten mit Meinungsführerschaft über die Herkunft und die kulturellen Werte unseres Kontinents werden.

⁹ Samuel Huntington: „Der Kampf der Kulturen“, Hamburg 2006/2007, S. 20