

Die Burgenregion Allgäu

**Analyse eines kulturtouristischen Erschließungskonzepts zur
Inwertsetzung von Burgen, Ruinen und Schlössern
des Allgäus im Spiegel von Nachfrage und Motivation
des Burgentourismus.**

Diplomarbeit

vorgelegt von

Alexander Seidlich

aus

Bielefeld

angefertigt

im Institut für Geographie
der Georg-August-Universität zu Göttingen

2006

I Inhaltsverzeichnis

I Inhaltsverzeichnis	I
II Abbildungsverzeichnis.....	III
III Abkürzungsverzeichnis.....	IV
1 Einleitung	1
1.1 Forschungsgegenstand & Aufbau der Arbeit.....	3
1.2 Motivation des Autors.....	5
I. Teil.....	6
2 Kulturtourismus.....	6
2.1 Erläuterung der Begriffe	6
2.1.1 Kultur	7
2.1.2 Tourismus.....	8
2.1.3 Kulturtourismus	10
2.2 Untergliederung und Differenzierungsmöglichkeiten des Kulturtourismus	12
2.2.1 Kulturtouristisches Potential	12
2.2.2 Nachfragemerkmale und Motive der Kulturtouristen.....	14
2.2.3 Zielgruppen im Kulturtourismus.....	15
2.2.4 Marketing im Kulturtourismus.....	17
2.2.5 Die Suche der Menschen nach Attraktionen, Erlebnissen	18
und Authentizität.....	18
2.3 Exkurs: sanfter und nachhaltiger Tourismus.....	20
2.4 Entwicklung und Perspektiven des Kulturtourismus in Deutschland.....	22
2.4.1 Kurzer allgemeiner Überblick über den Tourismus in Deutschland.....	22
2.4.2 Nachfrageentwicklung des Kulturtourismus.....	25
2.4.3 Perspektiven des Kulturtourismus.....	26
2.5 Zwischenfazit	28
3 Der Burgen- und Mittelaltertourismus.....	29
3.1 Die verschwundene Zeit: das Mittelalter in Deutschland	30
3.2 Das Symbol des Mittelalters: die Burg	34
3.2.1 Idealtypisches Modell der Burg und seiner Elemente	38
3.2.2 Topographische Burgentypen	40
3.2.3 Architektonische Burgentypen.....	41
3.2.4 Burgentypen aus Sicht der Besitzverhältnisse	42
3.3 Entwicklung des Burgen- und Mittelaltertourismus	44
3.3.1 Der aktuelle 'Boom' des Mittelaltertourismus.....	45
3.3.2 Burgenrezeption zu Beginn der touristischen Erschließung.....	50
3.3.2 Exkurs: Denkmalpflege und Tourismus.....	53
3.4 aktuelle Formen des Burgen- und Mittelaltertourismus	57
3.4 Das Ende der Romantik: kritische Betrachtung des Burgen- und Mittelaltertourismus	68

4 Die Burgenregion Allgäu	70
4.1 Was ist die Burgenregion?	70
4.1.1 Profilierungsstrategien der Burgenregion nach HEINZE.....	72
4.1.2 Wieso eine Burgenregion im Allgäu?.....	72
4.1.3 Ziele und Zielgruppen des Projekts	74
4.2 Das Allgäu aus ganzheitlicher Perspektive	76
4.2.1 Das Allgäu im Spiegel der naturräumlichen Gegebenheiten	77
4.2.2 Das Allgäu im Spiegel der kulturlandschaftlichen Entwicklung	78
4.3 Das Allgäu im Spiegel des modernen Tourismus	80
4.3.1 Die touristische Nachfrage im Allgäu.....	81
4.3.2 Das touristische Angebot im Allgäu	82
4.4 Die Burgenregion im Spiegel des Tourismus	83
5 Die Entwicklung der Burgenregion.....	86
5.1 Von der Idee zum Großprojekt	87
5.2 Der derzeitige Stand des Burgentourismus im Allgäu.....	88
5.3 Das Netzwerk der Inwertsetzung	90
5.3.1 Europäisches Förderinstrument: LEADER+	90
5.3.2 Die Lokalen Aktionsgruppen im Projekt der Burgenregion	94
5.3.3 Wissenschaftliche Betreuung des Projekts Burgenregion: das Büro für Burgenforschung	95
5.4 Der Maßnahmenkatalog der kulturtouristischen Inwertsetzung	96
5.4.1 Das Maßnahmenpaket im Überblick.....	97
5.4.2 Die Finanzierung der Maßnahmen.....	105
II. Teil.....	107
6 Die Ergebnisse der empirischen Untersuchung über Bedürfnisse und Motive der Touristen beim Besuch der Burgen im Allgäu	107
6.1. Zielsetzung	107
6.1.1 Untersuchungsdesign	108
6.1.2 Methodik	110
6.2 Die Interpretation der Daten.....	111
6.2.1 Soziodemographische Merkmale der befragten Personen in genereller und in Perspektive des Befragungsstandortes	111
6.2.2 Herkunft und Dauer des Aufenthalts der Befragten.....	115
6.2.3 Bevorzugte Aktivitäten und Art des Urlaubs	117
6.2.4 Interpretation der Daten im Hinblick auf den Burgen- und Mittelaltertourismus	119
6.3 Kurze Synthese der Daten	131
7. Fazit	134
IV. Literaturverzeichnis	I
IV.1 wissenschaftliche Literatur	I
IV.2 Zeitungsartikel und populäre Zeitschriften	VII
IV.3 Internetquellen	VIII
Anhang	X