

ORTSSEMANTIK UND STÄDTETOURISTISCHE ENTWICKLUNG

Auf der Suche nach den strukturbildenden Funktionen des Raummediums und der Bedeutung der durch territorialisierende Verortung gekennzeichneten städtetouristischen Semantiken beleuchteten die voranstehenden Kapitel den Zusammenhang zwischen Städten des Tourismus und Städtetouristen. Die Analyse zeigte, dass und wie dieser Zusammenhang als ein *touristisches* Verhältnis, das durch die touristische Suche nach Erholung und Alltagsdistanz geprägt ist, interpretiert werden kann. Außerdem verdeutlichte sie die Kopplung von städtetouristischen Semantiken und touristischer Wahrnehmung. Touristische Wahrnehmungen werden durch die Ortssemantiken des Städtetourismus ebenso präformiert, wie diese kultur- und raumbezogenen Semantiken umgekehrt an Wahrnehmung und Wahrnehmbarkeit zurückgebunden sind. Vor dem Hintergrund dieser Ergebnisse wird nun im letzten Teil der Arbeit nach der Rolle von städtetouristischen Semantiken im Kontext der Entwicklung und (Re-)Produktion städtetouristischer Destinationen gefragt.

Semantik und Struktur

Die Kennzeichnung und Untersuchung der Städte des Tourismus als besondere Formen der Semantik, d.h. als kultur- und raumbezogene Semantiken, oder kürzer: als *Ortssemantiken*, erfolgt in Anwendung und Ausweitung des systemtheoretischen Semantikbegriffs.¹²¹ Als Semantiken sind Städte des Tourismus selbst Strukturen, nämlich Sinnstrukturen der Kommunikation. Sie lassen sich, wie dargestellt, als generalisierte

121 Siehe dazu das Unterkapitel *Städte des Tourismus als kultur- und raumbezogene Semantiken* im Kapitel *Die Form des Städtetourismus*.

Begriffs-, Themen-, Bilder- oder Unterscheidungsvorräte begreifen, die durch die Verknüpfung des Beobachtungsschemas Kultur mit dem Medium des Raums entstehen. Wie alle Strukturen bilden sie einschränkende und zugleich ermöglichende Bedingungen sozialer Anschlüsse. Ihre Sinntypisierungen stellen erinnerbare Einheiten dar, die relativ situationsunabhängig kommunikative Direktwirkung entfalten können. Sie liefern so etwas wie „diskursive Zentrierungspunkte“: Sie sind eine Form von Wirklichkeit, auf die hin Beobachtungen orientiert und Erwartungen gesetzt werden (Miguelbrink 2002a, 299). Als Formenvorräte, die durch territorialisierende Verortung charakterisiert sind, bilden städtetouristische Semantiken daher das „topographische Gedächtnis“ (Luhmann 1998, 775) des Städtetourismus.

Zugleich lassen sich diese Semantiken aber auch von Strukturen *unterscheiden*, von Strukturen in einem anderen Sinne. Denn wie jede Semantik setzt auch eine städtetouristische Ortssemantik immer einen sozialstrukturellen Kontext ihrer Erzeugung und Plausibilisierung voraus (vgl. Bourdieu 1991, 220ff.). Neben der Bereisung von Destinationen durch Tages- und Übernachtungstouristen ist hier in erster Linie an die Organisationen und Kontexte zu denken, die häufig unmittelbar an der (Re-)Produktion des touristischen Angebots einer Destination und der Ermöglichung ihrer Bereisung beteiligt sind (also kommunale Politik, Verwaltung, Planung, Tourismusämter, aber auch private oder kommerzielle Tourismusbüros, Vereine, Marketing- und Werbeunternehmen, Tourismusunternehmen und Reiseveranstalter, Reiseführer, Hotels, Gaststätten, Museen u.a.). Unter Absehung der Unterscheidung von öffentlichen und privaten Akteuren könnte man viele dieser Zusammenhänge unter dem Akteurskonglomerat *Stadt* zusammenfassen. In diesem umfassenden Sinne werden Städte zum wichtigen Bestandteil des Erzeugungskontextes touristischer Semantiken.¹²² Allerdings wird die Herstellung des touristischen Angebots und der mit ihr verbundenen Ortssemantik nicht nur von ‚der Stadt‘ und verschiedenen, ‚in der Stadt‘ lokalisierten Einzelakteuren geleistet. Vielmehr verdankt sich die Organisation des städtetouristischen Geschehens typischerweise translokalen Beziehungen.¹²³ So sind an der Koproduktion der Städte des Tourismus beispielsweise auch nicht ‚in‘ der jeweiligen Stadt lokalisierte Reiseunternehmen, Verlage oder Touristikmessen beteiligt, aber auch Landesverkehrsämter oder Netzwerke, die „regionalen Tourismus“ fördern. Hinzu kommt, dass die städtetouristische Entwicklung und mit ihr die

122 Siehe das Unterkapitel *Städtetourismus als Untersuchungsgegenstand* im Kapitel *Städtetourismus und Raum*.

123 Siehe das Unterkapitel *Tourismus als organisierte Strukturlockerung durch Ortswechsel* im Kapitel *Der Tourismus der Gesellschaft*.

Entwicklung städtetouristischer Ortssemantiken stets in allgemeinere Entwicklungen eingebettet ist. Auch der gesellschaftliche Wandel, die mit ihm einhergehenden Veränderungen von Arbeit, Arbeitszeit- und Urlaubsregelungen, Werten oder auch von Raumvorstellungen stellen – ebenso wie die Entwicklung des Tourismus bzw. des gesellschaftlichen Freizeitbereichs im Allgemeinen – Strukturen dar, die als Bestandteile des sozialstrukturellen Herstellungskontextes touristischer Semantiken aufzufassen sind. Schließlich speisen sich städtetouristische Ortssemantiken auch aus anderen Ortssemantiken, die z.B. in den Massenmedien oder im Rahmen lokaler Identitäts- und Stadtentwicklungspolitik über Orte produziert werden.

Der sozialstrukturelle Kontext städtetouristischer Semantiken ist also sehr heterogen. Seine Grenze lässt sich nicht scharf bestimmen. Hält man aus analytischen Gründen dennoch an der Unterscheidung von Semantik und Struktur fest, ist außerdem zu berücksichtigen, dass theoretisch ebenso wenig klar festgelegt werden kann, in welchen *zeitlichen* Bezügen Semantik zur Sozialstruktur steht.

Luhmann selbst scheint von einem Modell auszugehen, in dem Semantiken Sozialstrukturen zeitlich nachlaufen. Änderungen in der Semantik zeigen dann vorangegangene Änderungen in der Struktur der sozialen Beziehungen an und helfen, diese abzusichern.¹²⁴ Im Falle des Städtetourismus ließen sich für dieses Modell leicht verschiedene Belege anführen. Man denke etwa an Strukturneubildungen im Geflecht der tourismusbezogenen Organisationen und Akteure (z.B. an neue Stadtführungsanbieter oder eine mit Tourismuswerbung beauftragte Werbeagentur), an ihre Orientierung an baulichen Veränderungen in der Stadt (z.B. Errichtung des Eiffelturms in Paris oder Neugestaltung der Düsseldorfer Altstadtpromenade) oder an die Wahrnehmung veränderter Touristenpräferenzen, auf die mit der Entwicklung neuer städtetouristischer Angebote reagiert wird. Derartige Änderungen in der Struktur der Herstellung einer Destination schlagen sich gewöhnlich – mit einer gewissen zeitlichen Verzögerung – auch im semantischen Formenvorrat einer Stadt des Tourismus nieder (z.B. in Form der Neujustierung des kommunizierten Stadtimages oder in Form der wiederholten Beschreibung einer neuen Sehenswürdigkeit oder einer neuen Stadtführung).

Semantiken können aber auch, einem Vorschlag Stichwehs folgend, als antizipierend konzipiert werden (vgl. Stichweh 2000b, 244). In diesem Modell greifen Semantiken strukturellen Änderungen vor und ermöglichen und beschleunigen sie. Auch hierfür bietet der Städtetourismus Beispiele. So seien exemplarisch zwei touristisch sehr folgen-

124 Vgl. Luhmann 1998, 893ff.; Stäheli 2000, 24; Stichweh 2000b, 245.

reiche Ortsmythen angeführt, diejenigen, mit denen Literatur und Malerei Rothenburg ob der Tauber bereits im 19. Jahrhundert „als Inbegriff des Mittelalters zum deutschen Nationaldenkmal erhoben“ hatten (Kamp 1996, 258ff.), sowie jene, die durch Spielfilme über nordafrikanische Städte kreiert und global verbreitet wurden (vgl. Zimmermann 2003). In beiden Fällen gingen die ortssemantischen Formen der Entstehung und Veränderung städtetouristischer Strukturen voraus und initiierten sie. Ähnliches gilt für die *semantische* Erfindung einer touristischen Sehenswürdigkeit (z.B. durch eine neu gestaltete Städtebroschüre), die zur verstärkten Bereisung eines zuvor nicht beachteten (bzw. touristisch nicht existenten) Ortes führt, auf die dann wiederum Anbieter von Stadtführungen mit der Überarbeitung und Neugestaltung ihrer Angebote reagieren. In diesem letzten Beispiel könnte man bereits ein weiteres Modell über die zeitliche Relationierung von städtetouristischen Strukturen und Ortssemantiken erkennen.

Dieses dritte Modell geht von der parallelen Evolution von Semantik und Sozialstruktur aus. Es betrachtet Struktur und Semantik als gleichwertige Momente desselben Kommunikationszusammenhangs, wie man es beispielsweise für die parallele Entwicklung juristischer Berufe und der Rechtssprache beobachten kann (vgl. Miggelbrink 2002a, 300; Stichweh 2000b, 242). Dieses Modell erscheint für den Fall des (Städte-)Tourismus besonders geeignet, da es davon entlastet, ein zeitlich rigide festgelegtes Verhältnis zwischen Semantik und Struktur anzunehmen.

In diesem Sinne geht die nachfolgende Fallstudie von einem insgesamt zirkulären, wechselseitigen Beeinflussungsverhältnis von städtetouristischer Ortssemantik und städtetouristischer Strukturbildung aus, die beide mehr oder weniger parallel evolvieren. Um dieses Wechselverhältnis, und in seinem Rahmen auch die Bedeutung des Raummediums, untersuchen zu können, ist die Einnahme einer historischen, d.h. entwicklungsgeschichtlichen, Perspektive sinnvoll.

Zur Auswahl des Fallbeispiels

Für die exemplarische Untersuchung des in Frage stehenden Zusammenhangs ist das Fallbeispiel prinzipiell austauschbar. Dennoch war eine *Entscheidung* zu treffen. Nahe liegend schien auf den ersten Blick ein klassisches städtetouristisches Ziel mit einer entsprechend langen und ausgeprägten touristischen Bereisungsgeschichte, also etwa Paris, Amsterdam, Heidelberg oder Rothenburg ob der Tauber. Alternativ schien die Untersuchung einer Destination mit einer vergleichsweise jungen,

gleichwohl sehr dynamischen und erfolgreichen touristischen Geschichte vielversprechend. Als Beispiel für diesen Typus sei das englische York genannt, ein in der angelsächsischen Literatur viel beachteter Fall einer *heritage city*, die erst in den 1970er Jahren zu einer Stadt des Tourismus wurde.¹²⁵ Zu beiden Typen gibt es aber bereits verschiedene Fallstudien in historischer Perspektive (wenn auch zumeist unter anderen Fragestellungen)¹²⁶. Außerdem reproduziert ihre Untersuchung den bereits wohletablierten sozialwissenschaftlichen Fokus auf ‚bekannte‘ Destinationen. Der Städtetourismus ist aber ein sehr breites Phänomen. Er umfasst und erfasst auch viele Städte, die normalerweise nicht auf dem Aufmerksamkeitsschirm der Tourismusforschung erscheinen.¹²⁷ Diese Destinationen im Schatten der allbekanntesten städtetouristischen Ziele sind für die touristische Entwicklung insgesamt und für den starken Bedeutungszuwachs des Städtetourismus seit Ende der 1970er Jahre ebenfalls von großer Bedeutung (vgl. Maschke 1999, 85). Vor diesem Hintergrund fiel die Wahl des Fallbeispiels auf die städtetouristische Destination *Wetzlar*. Mit dieser Wahl und der nachfolgenden exemplarischen Rekonstruktion der Koevolution von städtetouristischer Ortssemantik und Strukturbildung soll daher zugleich ein Beitrag zur Erweiterung der empirischen Städtetourismusforschung geleistet werden.

Fallbeispiel Wetzlar

Wetzlar als städtetouristisches Ziel

Wer heute erwägt, die mittelhessische Stadt Wetzlar¹²⁸ zu besuchen, kann diesen Besuch leicht und umfassend vorbereiten. Die Wetzlarer „Tourist-Information“ informiert telefonisch, durch den Versand vielfältigen, aber optisch einheitlich gestalteten Prospekt- und Broschürenmaterials oder durch ihren über die städtische Homepage erreichbaren Internetauftritt. Detaillierte Auskünfte erhält der potentielle Besucher

125 Siehe das Unterkapitel *Historisierung* des Kapitels *Die Form des Städtetourismus*.

126 Als Untersuchungen mit einem vergleichbaren Interesse an dem Wechselverhältnis von (städte-)touristischer Struktur und Semantik vgl. die exemplarischen Untersuchungen von Meethan und Shields über Brighton bzw. über Brighton und Quebec-City: Meethan 1996b sowie Shields 1991, 73ff., u. 1998.

127 Siehe das Unterkapitel *Städtetourismus als Untersuchungsgegenstand* des Kapitels *Städtetourismus und Raum*.

128 Wetzlar, ca. 70 km nördlich von Frankfurt am Main gelegen, hatte 2002 knapp 53.000 Einwohner und ist Kreisstadt des Lahn-Dill-Kreises.

über die Geschichte der Stadt und ihre Sehenswürdigkeiten, über ihre Lage an der Lahn und ihr Umland, über Anreise- und ihre Unterkunftsmöglichkeiten, über lokale Gastronomie, Museen, Tagungs- und Kongressstätten oder das aktuelle städtische Veranstaltungsangebot. Die bildliche Darstellung durch Fotos und Collagen wird im Internet noch durch einen virtuellen Altstadt-Rundgang ergänzt. Außerdem vermittelt die Tourist-Information aus einem thematisch breit gefächerten Angebot Stadtführungen sowie Ausflüge in die nähere Umgebung, sie assistiert bei der individuellen Programmgestaltung von Reisegruppen und sie arrangiert und verkauft Erlebniswochenenden, z.B. zu „Goethes Lotte in Wetzlar“. Das touristische Angebot richtet sich an Tages- und Wochenendtouristen oder andere Kurzurlauber, an Tagungsgäste sowie an Wanderer, Radfahrer und Paddler, die auf ihren Touren auf oder entlang der Lahn Station in Wetzlar machen.

Als eine *Stadt des Tourismus* wird Wetzlar auch auf touristischen Fachmessen, in der Broschüre „Deutsche Städte erleben 2003/2004“ der Deutschen Zentrale für Tourismus, in regionalen Zeitungen und überregionalen Anzeigen, im Informationsmaterial der „Deutschen Fachwerkstraße“ und diverser Busreiseveranstalter oder in den einschlägigen Lahntal-, Paddel- und Fahrradführern präsentiert. Mit ebendieser Präsentationsform wird der Besucher bei seiner räumlichen Annäherung an Wetzlar empfangen. Vor den Wetzlarer Autobahnausfahrten auf der A45 („Sauerlandlinie“ Dortmund-Gambacher Kreuz) wie vor den Ortseingängen auf der B49 (Limburg-Gießen) künden große braune Hinweistafeln von „Wetzlar – Historische Altstadt“. Autofahrer werden alsbald durch die „Hotelroute“ zu einzelnen Hotels oder durch andere Schilder in Parkhäuser oder auf einen der vor der Altstadt gelegenen Parkplätze geleitet, auf denen auch Reisebusse (aus Österreich, Holland, Chemnitz oder Niedersachsen) parken. Auch die am Hauptbahnhof eintreffenden Bahnreisenden und die dem Lahn-Radwanderweg folgenden Fahrradtouristen werden mit entsprechenden Schildern in Richtung Altstadt gewiesen. Dort angekommen sind sowohl die einladend gestaltete Tourist-Information am Domplatz als auch die einzelnen Sehenswürdigkeiten übersichtlich ausgeschildert (der Dom, historische Plätze und Fachwerkbauwerke, die alte Lahnbrücke, die Museen, verschiedene Orte, die an Goethes Sommeraufenthalt von 1772 erinnern, und einige andere Gebäude und Orte). Sehenswerte Gebäude sind in vielen Fällen an ihren Außenwänden mit bezeichnenden und/oder erläuternden Plaketten versehen.

Der Eindruck, in einer bereisenswerten Stadt angekommen zu sein, wird nicht zuletzt durch die anderen Touristen bestärkt, die man von April bis Oktober – wenn auch nicht täglich und massenhaft, so doch re-

gelmäßig und unübersehbar – im Stadtbild ausmachen kann. Wie anderswo treten sie auch in Wetzlar selten allein auf. Vielmehr fallen sie dadurch auf, dass sie sich in kleinen oder auch größeren Gruppen zu- meist recht gemächlich, häufig begutachtend, teilweise fröhlich-lärmend (Schulklassen oder Vereine) durch die Stadt, insbesondere die Altstadt, bewegen, oftmals geführt und von Stadtführern instruiert. Sie sammeln sich auf Plätzen oder an Aussichtspunkten wie der Lahnbrücke oder der auf einem innenstadtnahen Hügel gelegenen Burgruine Kalsmunt (s. Abb. 1), sie stärken, erholen oder vergnügen sich in Restaurants und Biergärten. Als ermattete Radler ruhen sie sich neben ihren Fahrrädern und sehenswerten Orten aus oder suchen an frühen Sommerabenden nach Übernachtungsmöglichkeiten.



Abb. 1: Ausschnitt aus dem Stadtplan Wetzlar (1: 12.000)

Wie der Feldforscher ist auch die Mehrheit der Wetzlartouristen bei ihrem ersten Besuch ganz offensichtlich überrascht, „wie schön und sehenswert“ die Stadt ist.¹²⁹ Dies zumindest ist die wiederholt geäußerte Einschätzung der im Wetzlarer Tourismus direkt engagierten Perso-

129 Die diesen und den folgenden Ausführungen zugrunde liegenden Beobachtungen, Forschungsgespräche und historischen und statistischen Daten wurden im Frühjahr/Sommer 2004 während einer mehrwöchigen Feldforschung in Wetzlar durchgeführt bzw. gesammelt.

nen.¹³⁰ Die angenehme Überraschung artikuliert sich auch in mitgehörten Touristen-Unterhaltungen in den Straßen der Altstadt oder in Handygesprächen mancher pausierender Radwanderer („ja, ich bin hier gerade in Wetzlar, ist total schön hier, hätt' ich gar nicht gedacht“ – Pause – „nein, ich war vorher auch noch nie in Wetzlar“). Die Überraschung verweist auf die relativ geringe Bedeutung und damit auch geringe Bekanntheit Wetzlars als touristisches Ziel. In den gängigen Städtereisen-Prospekten der verschiedenen Reiseveranstalter wird Wetzlar im Vergleich zu größeren oder klassischen Touristenstädten (wie z.B. Heidelberg oder Rothenburg ob der Tauber) nur selten beschrieben. Zwar verbinden Goethe-Kundige Wetzlar mit der Entstehung der „Leiden des jungen Werthers“, ebenso wie manche Juristen Wetzlar als langjährigen (1689/90-1806) und letzten Standort des Reichskammergerichts, des obersten Gerichts im Heiligen Römischen Reich Deutscher Nation (an dem der junge Goethe 1772 einen mehrmonatiges Rechtspraktikum absolvierte), erinnern. Doch vielen Nicht-Wetzlarern, die nicht in der unmittelbaren Umgebung leben, ist die Stadt, wenn überhaupt, dann doch eher als Industriestadt (Leitz/Leica-Microsystems, Buderus) bekannt. Andere assoziieren Wetzlar vornehmlich mit der 1977 durch das Land Hessen im Rahmen der damaligen Gebietsreformen unternommenen administrativen Vereinigung der Nachbarstädte Wetzlar und Gießen zur sog. Lahnstadt, die kläglich am Widerstand der Bevölkerung scheiterte und bereits 1979 wieder rückgängig gemacht wurde. Die Unbekanntheit, das teilweise negative Image und die im Vergleich mit anderen Städten geringere touristische Relevanz lassen vermuten, dass der Wetzlarer Städtetourismus noch sehr jungen Datums ist. Dies stimmt aber nur bedingt.

Touristische Besucher sind in Wetzlar beileibe keine neue Erscheinung. Schon bald nach Erscheinen von Goethes Romandebüt 1774 setzte

130 Zu den im Rahmen der Feldforschung interviewten Wetzlarer „Tourismus-Experten“ gehören die Leiterin und zwei Mitarbeiterinnen der Tourist-Information, fünf der 26 StadtführerInnen, der amtierende und der ehemalige Oberbürgermeister, der ehemalige Wirtschaftsdezernent, der für die Altstadtsanierung und die Stadteilerneuerung zuständige Mitarbeiter des Stadtplanungsamtes, der Amtsleiter der Unteren Denkmalschutzbehörde, der Geschäftsführer des Stadtmarketing-Vereins, die Leiterin des Historischen Archivs, die ehemalige Vorsitzende des Wetzlarer Geschichtsvereins, der Geschäftsführer der Freizeitregion Lahn-Dill, der Geschäftsführer der Stadthalle Wetzlar, die langjährige Vorsitzende des Verkehrsvereins und des Altstadt-Vereins, einzelne Einzelhändler sowie der Direktor und einige Mitarbeiter der Wetzlarer Museen. Allen Interview- und Gesprächspartnern sei an dieser Stelle herzlich für ihre Hilfe gedankt!

ein früher, das ganze 19. Jahrhundert anhaltender „Werthertourismus“ von Bildungsreisenden ein. Einen Wachstumsimpuls erhielt diese touristische Frühform mit dem 1862 erfolgten Anschluss Wetzlars an die neue Eisenbahnlinie (Köln/Deutz – Betzdorf – Wetzlar – Gießen) und mit der Einrichtung und Eröffnung des sog. Lottezimmers im Jahre 1863. Allmählich begannen die Besucher, auch die Stadt selbst zu besichtigen. Gleich mehrere Reiseführer stellten dem Reisenden Ende des 19. Jahrhunderts Wetzlar als touristisches Ziel vor. Die wirtschaftliche Relevanz des Tourismus wurde spätestens in den 1920er Jahren zum ersten Mal erkannt. Dies dokumentieren erste Stadtprospekte sowie der 1926 von Wetzlarer Einzelhändlern gegründete Verkehrsverein. Auf den Bedeutungszuwachs reagierte die Stadt schließlich 1931 mit der Gründung eines auch für den Fremdenverkehr zuständigen städtischen Verkehrsamtes – dem Vorläufer der heutigen Tourist-Information.

Mit Goethes Werther ist nicht nur ein zentrales Standbein des Wetzlartourismus,¹³¹ sondern auch seine spezifische Schwierigkeit benannt. Nicht nur hatte sich Goethe über Wetzlar selbst (im Gegensatz zu seinem Umland) sehr negativ ausgelassen und damit – im Gegensatz etwa zu Heidelberg – gerade *nicht* zu einer frühen Verklärung der Schönheit *der Stadt* beigetragen. Vielmehr lässt sich mit dem vorrangigen Bezug auf Goethe – durch die Selbstdarstellung als Goethestadt – nicht der für touristischen Erfolg so wichtige Anspruch auf Einzigartigkeit erheben. Goethestädte gibt es viele. Dies wurde – auch den Wetzlarer Tourismusakteuren – nicht zuletzt im Goethejahr 1999 (250. Geburtstag) deutlich, als allein in Deutschland 20 Städte miteinander um die Gunst der Goethetouristen konkurrierten. Diese ‚natürlichen‘ Grenzen des Wetzlarer Tourismuswachstums kennzeichnen auch die anderen Wetzlarer Sehenswürdigkeiten. Mit einem Dom, zumal einem, der baulich vollendet wurde und tatsächlich auch Dom, d.h. Bischofssitz, und nicht nur Stiftskirche wie in Wetzlar war oder ist, können viele Städte, so etwa selbst die nahe gelegenen Städte Fulda und Limburg aufwarten. Gleiches gilt für die „landschaftlich reizvolle“ Flusslage, die Fachwerk-Altstadt oder die Museen.

Vor diesem Hintergrund wird verständlich, dass dem Tourismus in Wetzlar trotz seiner frühen Ursprünge lange Zeit nur eine sehr geringe Bedeutung zukam. Bei den eingangs skizzierten touristischen Erschei-

131 Bis heute basiert der Wetzlartourismus u.a. auf Goethe bzw. Werther. So stellen beispielsweise die sog. „Goethe-“ oder „Lottejahre“ (z.B. 1949: Goethes 200. Geburtstag; 1972: 200. Wiederkehr von Goethes Wetzlaraufenthalt; 1999: Goethes 250. Geburtstag; 2003: 250. Geburtstag von Charlotte Kestner, geb. Buff) regelmäßige Besucher- und Übernachtungshöhepunkte dar.

nungsformen handelt es sich um quantitativ wie qualitativ recht junge Phänomene. Sowohl im 19. und frühen 20. Jahrhundert als auch in den Jahrzehnten nach dem Zweiten Weltkrieg war der Umfang der touristischen Nachfrage wie des touristischen Angebots noch recht bescheiden. Dies findet u.a. darin seinen Niederschlag, dass sich die tourismusbezogene Datensammlung bis in die Nachkriegszeit auf die Dokumentation des Bettenangebots beschränkte. Erst seit 1952 wurden auch die jährlichen Übernachtungszahlen auswärtiger Gäste festgehalten. Noch bis weit in die 1970er Jahre hinein blieben diese auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau (s.u.: Tab. 1). Ähnlich verhält es sich mit den Besuchszahlen der Wetzlarer Museen oder der Anzahl der jährlichen Stadtführungen. Bis Ende der 1970er Jahre gab es in Wetzlar nur einen offiziellen Stadtführer, der jährlich etwa 20 bis 50 Führungen durchführte. Erst seit den 1980er Jahren lässt sich – wie in vielen anderen Städten – ein deutlicher quantitativer Bedeutungszuwachs beobachten. So hat sich die Zahl der jährlichen Übernachtungen auswärtiger Gäste in Wetzlar von knapp 52.000 im Jahre 1982 auf 146.000 bis 157.000 in den Jahren 2000 bis 2004 etwa verdreifacht (s.u.: Tab. 2). Es wird geschätzt, dass etwa ein Drittel dieser Übernachtungen auf Touristen entfällt, gegenüber zwei Drittel Geschäftsreisenden und anderen Gästen. Begleitet und ermöglicht wurde der Anstieg durch die seit Mitte der 1980er Jahre ebenfalls mehrfach vergrößerte Hotelbettenkapazität. Auf die auch in Wetzlar wachsende Nachfrage nach Stadtführungen reagierten in den 1980er Jahren bereits 5 Stadtführer; 2006 waren 26 offizielle Stadtführer tätig. Die Zunahme von Stadtführungsnachfrage und -angebot spiegelt sich deutlich in der Entwicklung der jährlich durchgeführten Stadtführungen wider. Allein zwischen 1992 und 2002 wuchs die Zahl durchgeführter Führungen von 300 auf ca. 850 pro Jahr. Hinter dieser Zunahme verbirgt sich nach Aussage der Stadtführer vor allem ein deutlich gewachsener Anteil an (statistisch in Wetzlar nicht erfassten) Tagestouristen.¹³²

Noch viel jüngeren Datums als das quantitative Wachstum des Wetzlartourismus ist ein allgemeiner tourismusbezogener Bewusstseinswandel. Er mündet gegenwärtig in verschiedenen Anstrengungen, Tourismus als immer wichtiger werdenden Bestandteil der Stadtentwicklung auch politisch aktiv und strategisch zu fördern. Wie vielen älteren Wetzlarer Bürgern, die nach Aussage der befragten Experten erst seit wenigen Jahren bemerken, dass Wetzlar nicht mehr nur eine Arbeiter-, sondern auch eine durchaus sehens- und bereisenswerte Stadt ist, scheint auch vielen der lokalpolitisch Verantwortlichen erst durch die

132 Der städtetouristische Prospekt des Goethejahres 1999 spricht von jährlich ca. 40.000 auswärtigen Besuchern des Lottehauses.

seit den 1990er Jahren unübersehbaren touristischen Zuwächse und Erfolge das ökonomische Potential des Tourismus für Wetzlar bewusst zu werden. Für die lange Zeit stiefmütterliche und wenig professionelle Behandlung des Tourismus finden sich viele Hinweise:

Im Vergleich mit anderen deutschen Städten, in denen vielfach schon kurz nach der Reichsgründung 1870/71 Verkehrs- und Verschönerungsvereine gegründet wurden und in denen der Fremdenverkehr dann spätestens „in den zwanziger Jahren als eigenständiger Bereich Eingang in die kommunale Verwaltungsarbeit fand“ (Keitz 1997, 69ff.), erfolgte die Gründung des Wetzlarer Verkehrsamtes im Jahre 1931 erst relativ spät. Hinzu kommt, dass dieses Verkehrsamt keineswegs Ausdruck einer „bewussten kommunalen Entscheidung“ zur Förderung des Fremdenverkehrs oder gar zum Ausbau Wetzlars zur „Fremdenverkehrsstadt“ (ebd.) war. Fremdenverkehr war für dieses Verkehrsamt, wie seine unspezifische Bezeichnung bereits andeutet, nur eine Aufgabe unter vielen. Neben touristischen Belangen wie der Erstellung und Verteilung von Werbebroschüren mussten sich die Verkehrsamtsmitarbeiter bis in die frühen 1990er Jahre noch um den Fahnenverleih, die Erstellung der Busfahrpläne, die Vermietung von Bürgerhäusern, den regelmäßigen Blumenschmuck-Wettbewerb, die Vermietung der Bürgerhäuser, die Verwaltung der städtischen Werbetafeln, die Plakatierung sowie um Messen und Ausstellungen kümmern. Erst mit der erstmaligen Ausschreibung der Leitungsstelle des Verkehrsamtes 1992 für eine „Tourismus-Fachkraft“ und der darauf erfolgten Einstellung einer Wirtschafts- und Tourismusgeographin als neuer Leiterin setzte ein Wandel ein. Seitdem hat die Organisation und Förderung des Tourismus nun eindeutige Priorität.

Das früher nur geringe touristische Bewusstsein in der Wetzlarer Politik und Verwaltung zeigt sich auch in der oft fehlenden Unterstützung derjenigen Personen oder Institutionen, die sich schon aktiv im Bereich des Tourismus engagierten. Die Leiterin des Verkehrsamtes etwa fand mit ihrem Vorschlag des Ausbaus der Lahn-Fahrradwege bei den zuständigen städtischen Verwaltungsmitarbeitern noch 1992 kein Gehör. Man habe sich damals noch nicht vorstellen können, für wen und warum sich eine solche Infrastrukturinvestition lohnen sollte. In ähnlicher Weise wurde auch auf die Anfang der 1990er Jahre von der Leiterin des Verkehrsamtes, der Stadtarchivarin, Mitgliedern des Geschichtsvereins und den Stadtführern vorgebrachte Bitte um Aufstellung einer touristischen Wegweisung mit einer Haltung reagiert, die sich *primär* an der Sicht der Wetzlarer und nicht an der der Touristen orientierte: „Ja ei, wo's Loddehaus is, das wissen dä Leut doch“. Erst die Vorbereitungen

zum Goethejahr ermöglichten 1998 die Realisierung einer ansprechenden und differenzierten touristischen Wegweisung.

Dass es bis 1980 überhaupt zu touristischen Dienstleistungen kam und dass die 1980er und frühen 1990er Jahre den beschriebenen Aufschwung erlebten, ist in Wetzlar ganz wesentlich den Initiativen einzelner, zumeist kaum oder nur informell vernetzter Akteure zu verdanken. Zu ihnen zählen Verkehrsamtsmitarbeiter, engagierte Mitglieder des Historischen Vereins, einzelne, an der Fremdenführung interessierte Bürger, aber auch auswärtige Juristen und Rechtshistoriker, ohne deren großen persönlichen Einsatz das für die jüngere touristische Entwicklung wichtige, 1986 eröffnete Reichskammergerichtsmuseum nie gegründet worden wäre. Insofern lässt sich die touristische Strukturbildung in Wetzlar über weite Strecken als eine Entwicklung ‚von unten‘ charakterisieren.

Selbst die seit den 1970ern betriebene Altstadtanierung, deren Ergebnisse von eminenter Bedeutung für den touristischen Aufschwung seit 1980 sind, zielte nach Aussage der beteiligten Planungsamt- sowie Bauordnungsamtmitarbeiter praktisch nie auf die Steigerung der touristischen Attraktivität. Bis heute werden mit ihr keine explizit tourismuspolitischen Ziele verbunden.¹³³

Erst seit Mitte der 1990er Jahre trat der Tourismus aus seinem blässen Schattendasein der kommunalen Verwaltungsarbeit heraus und wurde sukzessive zu einem politisch prominenten Thema. Daraus resultiert u.a. der Versuch, mit Hilfe des 2001 gegründeten Stadtmarketing-Vereins die für den Tourismus relevanten lokalen Einzelakteure (einschließlich der bis dato kaum integrierten Einzelhändler und Hoteliers) nun auch stärker formell zu vernetzen.

Nach dieser einführenden Darstellung der Genese und Spezifik des Wetzlartourismus kann man Folgendes festhalten. Zwar weist der Wetzlartourismus erst in jüngerer Zeit einen solchen Bedeutungszuwachs auf, dass er für die exemplarische Untersuchung geeignet erscheint. Doch seine Wurzeln sind bereits alt. Deshalb ist zu vermuten – geht man von der Wechselseitigkeit von raumbezogener Semantik und städtetouristischer Strukturentwicklung aus –, dass schon im frühen Wetzlartourismus ortssemantische Fundamente gelegt wurden, die für das Verständnis dieses Zusammenhangs von Bedeutung sind.

Fraglich ist dann in die eine Richtung: Wie äußern sich die Besonderheiten der langen touristischen Geschichte Wetzlars in der Entwick-

133 Im Gegensatz etwa zu Rothenburg ob der Tauber, wo Stadtplanung und Altstadtanierung bzw. -rekonstruktion seit der unmittelbaren Nachkriegszeit unter den strategischen Vorgaben der lokalen Tourismuspolitik verlaufen (vgl. Ashworth/Tunbridge 2000, 160ff.).

lung der touristischen Ortssemantik? Welche räumlichen Formbildungen entstehen dabei? Und in umgekehrter Blickrichtung stellen sich die beiden Fragen: Wie strukturierten Kontinuität und Wandel von Ortsbildern und spezifischen Kultur-Raum-Verknüpfungen die lange Zeit in ihrem Umfang noch deutlich begrenzte touristische Entwicklung? Und inwiefern haben sie die seit den 1980er Jahren zu beobachtende dynamische Entwicklung ‚von unten‘ sowohl ermöglicht als auch begrenzt?

Im Anschluss an die bisherigen Ergebnisse erscheint es vielversprechend, als Gliederungsschema der weiteren Analyse folgende vier Phasen der Entstehung Wetzlars als einer touristischen Destination zu unterscheiden: (1) „Touristische Grundlegung“ (bis 1939), (2) „Touristischer Dämmer Schlaf“ (1945 bis ca. 1980), (3) „Touristisches Erwachen“ (ca. 1980 bis ca. 1995), (4) „Touristische Wachstumsanstrengungen“ (ab ca. 1995).

Touristische Grundlegung (bis 1939)

Wertherfieber und Werthertourismus

Mit dem Erscheinen des Briefromans „Die Leiden des jungen Werthers“ zur Leipziger Buchmesse im Herbst 1774 wurde der damals 25jährige Goethe fast über Nacht berühmt. Das kleine Büchlein wurde binnen kürzester Zeit zum Welterfolg. Es gilt als Initialzündung der Empfindsamkeit in der deutschen Literatur, als Schlüsselroman des Sturm und Drang.

Mit seinem „Werther“ artikulierte Goethe die Hauptprobleme seiner Zeit: die Gegensätze zwischen Adel, Bürgertum und Unterschicht, das geistlose Profit- und Erfolgsdenken im bürgerlichen Mittelstand, die Gefühlsarmut im Umgang der Menschen miteinander. Damit traf er die Stimmungslage einer ganzen Generation. Vor allem unter den Jugendlichen brach ein regelrechtes „Werther-Fieber“ aus,¹³⁴ das Werther, den unglücklich Verliebten und darob zum Selbstmord Getriebenen, alsbald zu einer Kultfigur werden ließ. Ausdruck fand diese fieberhafte Begeisterung in der Werther-Mode (gelbe Hose, gelbe Weste, blauer Rock), in der berühmten Werther-Tasse, die in keinem bildungsbeflissenen Haushalt fehlen durfte, im Eau de Werther, aber auch in Nachahmungstaten von Menschen, die ihrem Leben, vor lauter Liebesunglück verzweifelt

134 E.A. v. Göchhausen (1776): Das Werther-Fieber (zitiert in: Pfeiffer 1987, 27).

und teilweise noch im Wertherstil gekleidet, durch Kopfschuss ein Ende setzen.

Zu der beeindruckenden frühen Wirkungsgeschichte des Romans gehören neben der raschen Folge der Wertherausgaben und seiner baldigen Übersetzung in viele Sprachen auch die unzähligen (guten und schlechten) Kritiken, die Verurteilung der angeblichen Verherrlichung des Selbstmords durch Kirche und zeitgenössische Dichter, die Gegenschriften wie etwa Nicolais „Freuden des jungen Werthers, Leiden und Freuden des Mannes“ von 1775 sowie die Satiren über die Gegenschriften. Hinzu kamen zahlreiche Wertheriaden, Nachdichtungen, Parodien, Darstellungen des Wertherthemas als Lustspiel, als Ballett und sogar als Feuerwerk mit dem Titel „Werthers Zusammenkunft mit Lottchen im Elysium“. All dies steigerte die Bekanntheit Goethes Romans und seiner Figuren, die, durch Schullektüre nochmals weiter verstärkt, bis heute ungebrochen ist (vgl. Pfeiffer 1987, 28).

Die Handlung des Romans trägt deutlich autobiographische Züge. Zwei Jahre vor Erscheinen des „Werther“ weilte Goethe von Mai bis September 1772 einen Sommer lang in Wetzlar. Vom Vater nach seinem Lizentiatenexamen zu einem juristischen Praktikum am Wetzlarer Reichskammergericht gedrängt, stießen ihn die erneuten juristischen Studien, die Enge der Stadt und die sozialen Gegensätze zwischen Einheimischen und den vermögenden Kameralen eher ab: „Die Aussicht war nicht reizend, in einer zwar wohl gelegenen, aber kleinen und übel gebauten Stadt eine doppelte Welt zu finden: erst die einheimisch alte hergebrachte, dann eine fremde neue“ (Goethe, zit. nach Jung 1998, 17). Innerlich motivierten Goethe ein neues Naturgefühl, das immer deutlicher werdende Bewusstsein des eigenen Künstlertums und das Suchen nach den ihm gemäßen künstlerischen Ausdrucksformen zu vermehrter künstlerischer Produktion, nicht aber zum Studium alter Prozessakten und prozessualer Formen (vgl. den Prospekt *Wetzlarer Goethe-Sommer* 1999).¹³⁵ Diese Spannung wurde durch die tiefe, aber aussichtslose Neigung zu Charlotte Buff, der mit dem Legationssekretär Johann Christian Kestner verlobten Tochter des Wetzlarer Deutschordensamtmannes, noch verstärkt. Bald eng befreundet, verbrachte Goethe viel Zeit mit

135 Man könnte die hier gewählte historische Rekonstruktion auch mit der einschlägigen germanistisch-literaturwissenschaftlich-historischen Fachliteratur belegen – und dabei u.U. auch zu differenzierteren Interpretationen gelangen. Da im Zusammenhang dieser Arbeit aber diejenigen Beobachtungs- oder Konstruktionsweisen interessieren, die in den städte-touristischen Kontext eingegangen sind bzw. für ihn charakteristisch sind, begnügt sich die Darstellung mit dem Verweis auf entsprechende ‚graue‘ Literatur.

dem Brautpaar. Phasenweise war er täglich Gast in Lottes Wohnhaus, dem Wetzlarer Haus des Deutschen Ordens. Man unternahm Spazierfahrten und Wanderungen, zum Beispiel am Stoppelberg vorbei zum Ball ins Volpertshäuser Jägerhaus oder über die Höhen des Lahnbergs hinüber ins benachbarte Dorf Garbenheim, wo Goethe viel Zeit dieses Sommers lesend und malend verbrachte. Nachdem er Lotte schweren Herzens entsagt und die Stadt ohne Abschied verlassen hatte, erfuhr er in Frankfurt, dass sich in Wetzlar der ihm schon aus seinen Leipziger Studienzeiten bekannte Jurist Karl Wilhelm Jerusalem aus unglücklicher Liebe das Leben genommen hatte. Dieses Schicksal und seine eigenen Sommererlebnisse verarbeitete Goethe in seinem Briefroman, in dem auf diese Weise „Dichtung und Wahrheit“ eng miteinander verwoben waren (vgl. ebd.).

Kaum war bekannt geworden, dass durch den Schleier literarischer Verfremdung die Stadt Wetzlar, ihr Umland und die tragischen Geschehnisse einiger junger Menschen aus Wetzlar durchschimmerten, begann eine bis heute andauernde Bereisung der vermeintlichen Schauplätze des „jugendlichen Leids“. Der frühe „Werthertourismus“ hatte pilgerähnliche Züge und traf lange Zeit auf wenig Gegenliebe bei Stadt und Betroffenen. So „wurde das Grab Jerusalems Ziel förmlicher Wallfahrten von Werther-Enthusiasten. Sie streuten, wie wir aus zeitgenössischen Berichten erfahren, Blumen auf den Grabhügel, rezitierten gefühlvolle Gedichte, weinten ausgiebig oder brachten dem Frühverstorbenen ein nächtliches Ständchen. Um solchem gefühlvollen Unfug ein Ende zu setzen, ließ der Magistrat schließlich die Grabstelle einebnen“ (von Schneidmesser 1987, 65). In seinem 1862 erschienenen Reiseführer durch „Wetzlar und das Lahntal“ schreibt Wigand über das damals so genannte „Wertherhaus“: „Fragst Du, lieber Wanderer, nach Wetzlars Denkwürdigkeiten, so zeigt Dir hier Jeder in einer Reihe dem Kloster gegenüberliegender Gebäude ein altes [...] Haus und weist nach dem Erkerzimmer, wo sich [...] der junge Jerusalem einst erschossen hat. Es gehörte ehemals einem wohlstehenden Buchhändler und Buchdrucker Winkler. Der letzte Besitzer hat mir noch erzählt, daß in früherer Zeit ein solcher Anlauf von Fremden nach dieser [...] Wohnung gewesen sei, daß die Gehülfen im Laden und in der Druckerei oft zornig und grob geworden seien“ (Wigand 1862).

Die durch Goethes Roman motivierten Reisenden besichtigten bis weit in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts hinein *nicht* die Stadt Wetzlar. Sie wurden auch nicht von der Stadt umworben oder gar von ortskundigen Reiseführern durch die Stadt geführt. Vielmehr folgten sie dem, was sie für die Spuren Werthers hielten. Die diesen Werthertourismus strukturierende Semantik speiste sich daher zum überwiegenden

Teil aus dem Roman selbst. Neben der Grabstätte und dem Erkerzimmer des Jerusalem sowie dem Wohnhaus der Charlotte Buff waren die Sehenswürdigkeiten eher am Rand bzw. außerhalb der Stadt gelegen.¹³⁶ Denn den „Werther“ gelesen, ihn oftmals in der Hand mit sich führend und an verschiedenen Stellen Briefpassagen rezitierend, wussten die Werthertouristen: „Die Stadt selbst ist unangenehm, dagegen ringsumher eine unaussprechliche Schönheit der Natur“ (Goethe 1774, Brief vom 4. Mai). Die romantischen Landschaftsimpressionen Goethes suchend, imitierten sie seine bzw. Werthers Spaziergänge ins „liebliche“ Umland, insbesondere ins nahe gelegene Garbenheim (im Roman: „Wahlheim“). Dabei legten sie verschiedene Haltepunkte ein, so z.B. am Wildbacher bzw. „Werther“-Brunnen (dem heutigen „Goethebrunnen“), an der Ecke Wahlheimer Weg/Am Deutscherherrenberg, an einzelnen Aussichtspunkten auf dem Lahnberg, an der Garbenheimer Warte oder auf dem Garbenheimer Dorfplatz (unter der „Goethelinde“).¹³⁷ Die Haltepunkte verdeutlichen, dass die Semantik des Werthertourismus keinen territorial zusammenhängenden, flächenförmigen Raum konstituierte. Vielmehr entstand durch die inhaltliche Relationierung verschiedener territorialer Punkte ein netzförmiger, relationaler Werterraum. Zur Verfestigung dieser territorial-relationalen Semantik trugen entscheidend die Bleistiftzeichnungen und Lithographien bei, die neben anderen Künstlern insbesondere Carl Stuhl in den Jahren um Goethes 100. Geburtstag (1849) nach der Romanvorlage angefertigt hatte. Nach Experteneinschätzung war mit ihnen, also gegen Mitte des 19. Jahrhunderts, die Kanonisierung der aufzusuchenden Werther-Stätten weitgehend abgeschlossen.¹³⁸ Bis heute folgen literarische Spaziergänge, die von der Tourist-Information regelmäßig als thematische Führungen angeboten und vermittelt werden, „Goethes Spuren“ von Wetzlar nach Garbenheim (seit 1979 ein Stadtteil Wetzlars).

Die Stadt Wetzlar reagierte auf den Werthertourismus erst mit Verspätung. So ist es nur einer Gruppe Wetzlarer Bürger zu verdanken, dass

136 Vgl. dazu den aus seinem Reisebericht „Eine Fahrt durch’s Lahntal“ entnommenen Aufsatz „Ein Besuch im Lottehaus 1864“ von Wolfgang Müller von Königswinter, Wiesbaden 1865, gekürzt abgedruckt in Schmidt 1987, 32ff.

137 Nach der vom Magistrat veranlassten Einebnung des Jerusalemgrabes auf dem Wetzlarer Friedhof zwecks Beendigung des lästigen Ansturms von Werthertouristen ließ ein empfindsamer „Werther-Jünger“ in Garbenheim einen Grabhügel aufwerfen und mit einer Urne schmücken. Noch 1815 wurde Reisenden der Platz von listigen Einheimischen als Grab Werthers verkauft (vgl. Wetzlarer Goethe-Sommer 1999, 18).

138 Quelle: Interview mit dem Leiter der Wetzlarer Museen, einem Germanisten und Historiker.

1863 der drohenden Verwahrlosung des ehemaligen Buffschens Wohnhauses, das bereits seit Auflösung des Deutschen Ordens durch Napoleon 1809 im Besitz der Stadt war, Einhalt geboten wurde. In Erinnerung an Goethe und Lotte wurde das große Giebelzimmer wiederhergestellt und als „Lottezimmer“ der Öffentlichkeit zugänglich gemacht (vgl. Pfeiffer 1987, 19). Die in Hannover, Le Havre und Mainz lebenden Nachkommen von Charlotte und Johann Christian Kestner hatten auf Bitten einige persönliche Gegenstände, Möbelstücke sowie Briefschaften zur Ausstattung des Zimmers gestiftet.¹³⁹

Schon im ersten durchgehenden Besuchsjahr, 1864, trugen sich etwa 500 Fremde als Besucher in das Gästebuch ein (vgl. ebd.). Im Laufe des 19. Jahrhunderts vermehrten sich die Sammlungsbestände so, dass anlässlich der 150. Wiederkehr von Goethes Wetzlaraufenthalt 1922 das *ganze* Haus – nun in städtischer Regie – museal ausgestattet und als „Lottehaus“ für Besucher geöffnet wurde. Am 8. März 1945 erlitt das Haus schwere Bombardierungsschäden. Das größtenteils demolierte Inventar wurde – erneut von Wetzlarer Bürgern – aus den Trümmern geborgen und so weit als möglich restauriert. Schon 1949 war das Haus zur Feier von Goethes 200. Geburtstag wieder für den Besucherverkehr geöffnet. Die letzte, diesmal eine grundlegende Sanierung des Lottehauses erfolgte 1998/99 vor Beginn des Goethejahres.

In dem seit Anfang des 20. Jahrhunderts auch so genannten „Jerusalemhaus“ sind Besucher sogar erst seit 1907 wirklich willkommen. Nachdem die Stadt das Haus 1906 erworben hatte, wurde hier 1907 ein „Jerusalemzimmer“ als Gedenkraum eingerichtet. Wie der Verwaltungsbericht der Stadt Wetzlar mitteilt, wurde 1910 „das historische und von Fremden vielbesuchte Jerusalemhaus [...] von dem äußeren Putzkleide befreit und das Holzfachwerk freigelegt, so daß das entstandene Bild eine Zierde des Schillerplatzes ist“ (Magistrat 1957) Seit 1916 gibt es zwei Jerusalemzimmer, die bis 1984 mehrfach – immer zu Goethe-Jubiläen – neu gestaltet wurden. 1984 bis 1986 wurde das Gebäude umfassend saniert.

Noch länger dauerte es, bis die Stadt auch an das Grab Jerusalems erinnern wollte. Anlässlich der Zweihundertjahrfeier zu Goethes Ge-

139 Das Bitten war nötig und die Gaben nicht selbstverständlich. Denn schon im 19. Jahrhundert konkurrierte Wetzlar mit anderen „Goethe-Städten“ – um Besucher ebenso wie um mögliche Ausstellungsstücke. Praktisch zeitgleich mit der Eröffnung des Lottezimmers in Wetzlar (1863) kam es auch zur Einrichtung des Goethehauses in Frankfurt am Main (1865). Die zu dieser Zeit allgemein anwachsende Pflege und Wertschätzung von Goethe und seiner Literatur bildet den Aufmerksamkeitshintergrund, vor dem auch Wetzlar mehr Goethetouristen anziehen vermochte.

burtstag 1949 wurde dort auf dem ehemaligen Wetzlarer Friedhof (dem heutigen Rosengärtchen), wo das Grab ungefähr zu vermuten war, ein Denkmal errichtet, ein „Gedenkstein für Goethes Werther, den [...] Karl Wilhelm Jerusalem“ (von Schneidmesser 1987, 65).

Auch die (verhaltenen) Reaktionen der Stadt Wetzlar änderten folglich nichts an der territorial-relationalen Struktur des frühen wertherbezogenen Tourismus, sie reproduzierten und stützten sie vielmehr. Noch bis ins 20. Jahrhundert hinein dominierte die Wertherorientierung der touristischen Besucher und mit ihr die relationale Ortssemantik. Doch schon im 19. Jahrhundert setzte ein Wandel ein, mit dem allmählich auch die Stadt selbst ins Blickfeld geriet. Mit dem Eisenbahnanschluss 1862 und der 1863 erfolgten Eröffnung des Lottezimmers kamen mehr auswärtige Gäste. Zusammen mit dem zeitgleich erschienenen ersten Reiseführer¹⁴⁰ über Wetzlar markieren diese Ereignisse den Beginn einer längeren, bis in die 1930er Jahre reichenden Phase der Transformation vom Werther- zum Wetzlartourismus, in der Wetzlar zur „alten Goethestadt an der Lahn“ wurde.

Ortssemantisches Fundament der „alten Goethestadt an der Lahn“

Leitschemata

Von der langsam wachsenden touristischen Relevanz der Stadt zeugen weitere Reiseführer und Broschüren aus dem späten 19. und frühen 20. Jahrhundert ebenso wie eine Vielzahl unterschiedlicher Wetzlar-Postkarten, die Anfang des 20. Jahrhunderts von Wetzlar-Besuchern verschickt wurden. Analysiert man dieses Text- und Bildmaterial unter semantischen Gesichtspunkten, lassen sich folgende Merkmale der Grundlegung des touristischen Reiseziels Wetzlar bestimmen.¹⁴¹

Über den gesamten Beobachtungszeitraum (1863 bis 1938) hinweg finden bei allen Reiseführern, Broschüren und bildlichen Darstellungen stets drei miteinander verknüpfte, Beobachtungsschemata Verwendung.

140 Paul Wigand (1862): „Wetzlar und das Lahntal – ein Führer für Fremde und Einheimische“.

141 Grundlage der Analyse waren neben der Post- und Grußkarten Sammlung in *Jung 1991* verschiedene, im Historischen Archiv der Stadt Wetzlar gesammelte Reiseführer, Broschüren und Prospekte. Sie sind im Einzelnen im Literaturverzeichnis aufgeführt. Für die Zuordnung der in der nachfolgenden Darstellung verwendeten Zitate und Bezüge seien an dieser Stelle nur ihre Erscheinungsjahre genannt: 1862, 1903, 1911, 1919, 1925, 1926, 1934, 1938 (2x).

Erstens dominiert eine historisierende Perspektive auf Wetzlar. Bei der Darstellung der Stadt fällt das Verhältnis von Vergangenheits- und Gegenwartsbezügen eindeutig zugunsten der Stadtgeschichte bzw. ausgewählter, historisch indizierter Themen (Dom, Hospitalkirche, Goethe, ehemalige Reichsstadt, mittelalterlicher Stadtkern) aus. *Zweitens* wird immer mit einer Stadt/Umland-Unterscheidung gearbeitet. Mit Hilfe dieser Leitunterscheidung werden die Präsentationen nicht nur in stadt- und umlandbezogene Themen zweigeteilt. Vielmehr wird die Attraktivität der Stadt direkt aus der Beziehung zu ihrem Umland abgeleitet. Dies gelingt u.a. dadurch, dass die Stadt als in ihr ländlich-natürliches Umland eingebettet dargestellt wird. *Drittens* fällt der durchgehende Goethebezug auf, dessen Bedeutung kontinuierlich zunimmt. Mit den drei Leitschemata *Geschichte*, *Umland* und *Goethe* und den durch sie strukturierten territorialen Bezugnahmen kommt es insgesamt zur Kombination relationaler und flächenförmiger Raumkonstruktionen.

Diese im thematischen wie im raumbezogenen Sinne mehrdimensionale Konstitution Wetzlars als städtetouristische Destination soll im Folgenden genauer rekonstruiert werden. Begonnen wird mit der Analyse der beiden Leitschemata *Geschichte* und *Umland*, die sich als Rahmen des Goethebezugs interpretieren lassen. Aus der Sicht derjenigen Personen und Organisationen, die für die Erstellung der untersuchten Reiseführer und Broschüren in dieser Phase verantwortlich waren,¹⁴² liegen die ‚Vorteile‘ ihrer Verwendung auf der Hand.

Historisierende Perspektive

Die *historisierende* Perspektive auf Wetzlar ermöglichte die weitgehende Ausblendung der Gegenwart und der jüngeren Vergangenheit der Stadt (19. und frühes 20. Jahrhundert). Dies war deshalb vorteilhaft, weil weder mit der Gegenwart noch mit der jüngeren Vergangenheit Wetzlars touristisch Sehenswertes verbunden werden konnte. Das 19. Jahrhundert war für Wetzlar ein über weite Strecken eher deprimierendes, da vom Niedergang gekennzeichnetes Jahrhundert gewesen.¹⁴³ Mit der späten

142 Anfangs ausschließlich und bis heute immer wieder interessierte Wetzlarer Bürger, die ihre Stadt Fremden (und auch Einheimischen) präsentieren wollten (vgl. z.B. 1862, 1903, 1911, 1919); in den 1920ern zunehmend der Wetzlarer Verkehrsverein und das Bürgermeisteramt (vgl. 1925, 1926); in den 1930ern vor allem das städtische Verkehrsamt sowie der Landesfremdenverkehrsverband Rhein-Main (vgl. 1934, 1938).

143 „Die durch Napoleon in Gang gesetzten Veränderungen der politischen Landschaft Deutschlands führten auch zu tiefen Einschnitten in das Selbstverständnis Wetzlars. Durch den Reichsdeputationshauptschluss

Industrialisierung und den mit ihr verbundenen, lang ersehnten Impulsen hatte nun zwar eine für die zukünftige Stadtentwicklung vielversprechende Entwicklung eingesetzt;¹⁴⁴ diese jedoch bot gerade kein touristi-

verlor die Stadt 1803 ihren bisherigen Reichsstadtstatus und wurde dem Staatswesen des Mainzer Kurfürsten und Kurerzkanzlers Karl Theodor von Dalberg einverleibt.

Als im Jahre 1806 Kaiser Franz II. die Kaiserkrone niederlegte, wurden das Heilige Römische Reich Deutscher Nation und mit ihm das Reichskammergericht aufgelöst. Die städtische Wirtschaft litt schwer unter dem Wegfall der Bedürfnisse des Kammergerichtspersonals und dem Ausbleiben der zahlreichen Besucher des Gerichts. Zwischen 1806 und 1812 ging die Einwohnerzahl Wetzlars von 5.160 auf 4.270 zurück. Die Immobilienpreise sanken, die Kaufleute mussten erhebliche Umsatzeinbußen hinnehmen, und die Handwerker konnten sich kaum noch von ihrer Arbeit ernähren.

Zwar versuchte der neue Wetzlarer Landesherr, Verbesserungen im Schulwesen, Reformen der Armenversorgung u.ä. durchzusetzen, er gründete eine Rechtsschule und ließ der Stadt finanzielle Zuwendungen zukommen, dennoch konnte er die zunehmende Verarmung nicht verhindern.

Nach den Niederlagen Napoleons und der Abdankung Dalbergs wurde Wetzlar schließlich auf dem Wiener Kongress im Jahre 1815 dem Königreich Preußen zugesprochen. Wenige Jahre später, 1822, schuf man aus der Standesherrschaft Solms-Braunfels, Teilen von Solms-Hohensolms und den nassauischen Ämtern Atzbach und Lützellinden den Kreis Wetzlar mit der gleichnamigen Kreisstadt. Der preußische Kreis gehörte als Exklave zur Rheinprovinz mit der Hauptstadt Koblenz. Die wirtschaftliche Rückständigkeit und die Unzufriedenheit mit der preußischen Verwaltung führten während der Revolution von 1848 zu Auseinandersetzungen mit den Beamten und den seit 1818 in Wetzlar garnisierenden preußischen Truppen“ (Jung 1998, 18f.).

- 144 „Die Industrialisierung in Wetzlar begann mit der Schiffbarmachung der Lahn, die 1851 bis Gießen ermöglicht wurde. Nun konnte das in der hiesigen Gegend gewonnene Eisenerz ins Ruhrgebiet verschifft werden. Die 1862 fertiggestellte Eisenbahnstrecke Gießen – Wetzlar –Köln/Deutz und die im folgenden Jahr eröffnete Lahntalbahn nach Koblenz führten zu einem Schub in der Wirtschaftsentwicklung. Seither wurde das Erz in Wetzlar verhüttet, denn man konnte die hierfür benötigte Kohle und sonstige Rohstoffe preisgünstig hierher transportieren. In der Nähe des Bahnhofes entstand der erste Wetzlarer Hochofen der Gebrüder Buderus, der 1872 in Betrieb genommen wurde. Die nach der Mutter der Brüder benannte Sophienhütte existierte über 100 Jahre lang, bis 1981. Die Buderus-Aktiengesellschaft wurde verschiedentlich neu gestaltet. In Wetzlar wird nun der Umsatz durch Zement, Gusserzeugnisse und Edelstahl sowie vor allen Dingen, Heizungsprodukte erzielt. [...]

Neben der Schwerindustrie, die im 20. Jh. Tausende von Arbeitern beschäftigte, entwickelte sich die optisch-mechanische Industrie zum wichtigsten Arbeitgeber in der Region. Karl Kellner gründete im Jahre 1849 [...] sein ‚optisches Institut‘, in dem er präzise Mikroskope produzierte. Nach seinem frühen Tode übernahm schließlich ab 1869 Ernst Leitz den

ches Potential. Nicht sehenswert war die Industrie nicht zuletzt deshalb, weil die Industrialisierung in Wetzlar im Vergleich zu anderen Landes- teilen und Städten verspätet einsetzte und eher langsam verlief. Hinzu kam, dass die Stadt politisch-praktisch noch kein touristisches Selbstver- ständnis ausgebildet hatte. Während sich seit der Reichsgründung 1870/71 eine zunehmende Zahl von deutschen Städten ganz bewusst für die Förderung des Fremdenverkehrs als Alternative zum Ausbau der Stadt zu einem Industriestandort entschieden hatte (vgl. Keitz 1997, 69ff.), verhielt sich die Situation in Wetzlar genau umgekehrt. Erst mit der Gründung des Verkehrsamtes 1931 begann eine, zunächst nur zag- hafte und noch lange nicht aktiv gestaltende, Unterstützung des Touris- mus als *ein* Aspekt der Stadtentwicklung.

Statt auf die Gegenwart oder die jüngere Vergangenheit wird der touristische Blick mittels der historisierenden Perspektive leicht auf wei- ter zurückliegende Zeiten einer „Stadt mit reicher Vergangenheit“ (1903)¹⁴⁵ gelenkt: auf das Mittelalter, in dem „Alt-Wetzlar“ und der „Dom“ entstanden sind, auf die lange Phase, in der Wetzlar freie Reichsstadt war (vom 12. Jahrhundert bis 1803), sowie auf die durch das Reichskammergericht begründete „Blütezeit“ (1690-1806), der die Stadt u.a. Goethes Kurzaufenthalt verdankt. Wetzlar wird derart als „alte Stadt“ konstruiert, als Ort mit langer und großer Vergangenheit.

Als Sicht- und daher auch schon wohletabliertes Wahrzeichen der Stadt wird der „altherwürdige Dom“ als „natürlicher Mittelpunkt“

Betrieb und baute ihn zu einer Firma mit Weltgeltung aus. Oskar Bar- nack erfand hier 1914 die erste Kleinbildkamera der Welt, die unter dem Namen Leica seit 1924 auf dem Markt ist. Nach mehrmaligem Besitzer- wechsel ist der ehemalige Familienbetrieb Leitz heute ein Konzern mit in- und ausländischen Produktionsstätten. [...]

Im Jahre 1865 verlegte Moritz Hensoldt seine Werkstatt von Braunfels nach Wetzlar, wo sie sich zu einem weiteren optischen Großbetrieb ent- wickelte. Seit 1928 gehört die Firma Hensoldt zum Zeiss-Konzern.

Neben diesen beiden Firmen entstanden zahlreiche kleinere Werkstätten, die sich teilweise spezialisierten und andere Betriebe mit ihren Produk- ten belieferten. [...]

Die relativ späte und langsame Industrialisierung hatte zur Folge, dass in der Industriestadt Wetzlar kein Arbeiterproletariat entstand, das in Mietskasernen ein tristes Dasein fristen musste. Die hiesigen Arbeiter kamen meist aus der Stadt und ihrem Umland, wohnten in ihren eigenen Häuschen und waren durch ihre Nebenerwerbslandwirtschaft auf dem Lande verwurzelt. Die Einwohnerzahl Wetzlars stieg ganz allmählich von rund 6.000 um 1860 auf über 15.000 am Ende des Ersten Welt- kriegs“ und weiter auf ca. 19.000 im Jahre 1938 (Jung 1999, 16ff.).

145 Auf die Seitenangaben der Zitate aus den untersuchten, hier nur durch Angabe ihres Publikationsjahres gekennzeichneten Materialien (s. Lite- raturverzeichnis) wird verzichtet.

(1903) zu der herausragenden Sehenswürdigkeit Wetzlars erklärt. Im frühen 19. Jahrhundert noch „korrekt“ Stiftskirche genannt, wird der „Dom“ in allen Führern und Broschüren verhältnismäßig ausführlich und, seiner auf Bildern die Stadt überragenden Position entsprechend (s.u.: Abb. 9), an prominenter, meist erster, Stelle beschrieben. Seine Unvollendetheit und die baulichen Stilbrüche werden als sehenswerte Besonderheit gepriesen: Als „eins der schönsten und eigenartigsten Architekturbilder Deutschlands“ lasse er „mit großer Deutlichkeit“ die „Entwicklung der romanischen Bauperiode bis zur vollendeten Gotik“ (einschließlich ihrer „verschiedenen Pläne und Lösungsversuche“) erkennen (1911). Dieses „in Stein gehauene Kapitel der deutschen Kirchenbaukunst“ führe die „Bauweisen des ganzen Mittelalters vor Augen“ (1934).¹⁴⁶

Die heute durchgehend so genannte Altstadt findet als ein für Wetzlar charakteristischer Themenkomplex zwar in manchen Ausführungen zur Stadtgenese schon kurze Erwähnung – als das „Innere der Stadt“ (1862), als „mittelalterlicher Rahmen“ (1903) oder als „Alt-Wetzlar“ (1925). Als Zeugen der reichen Vergangenheit werden jedoch nicht flächenförmige Räume als Ganze, sondern primär einzelne *Elemente* wie Stadtpforten, „ansehnliche Reste einer stattlichen Befestigung“ (1903), die „Gassen von Wetzlar“, „hohe, der Straße zugekehrte Giebel“, mittelalterliche (Markt-)Plätze, das „Häusergewirr“ (1934) oder die steinerne Lahnbrücke aus dem 13. Jahrhundert angeführt. Damit wird die Flächen- bzw. Behälterkonstruktion der „alten Stadt“ durch eine relationale Raumkonstruktion ergänzt.¹⁴⁷ Nur ausnahmsweise – und auch dann sehr knapp – wird die Altstadt schon Altstadt genannt und als eigene Sehenswürdigkeit beschrieben: „Doch nicht nur in einzelnen hervorragenden Bauwerken, den Resten der alten Stadtumwallung, den Ueberbleibseln der alten Stadttore usw. wird die Bedeutung Wetzlars als alte Kulturstätte erkennbar; auch der ganze sonstige Habitus der Altstadt deutet darauf hin. Wer die schmalen Straßen und Gassen durchwandert, auf den von hochgiebeligen Häusern umstandenen Plätzen Umschau hält, in ungezählte lauschige Winkel hineinschaut, von der uralten Brücke die Blicke ringsum wandern läßt, der fühlt sich ganz von selbst von dem Geiste der *Geschichte und Poesie* umgeben“ (1926; Hervorhebung AP).

146 Die Entstehungs- und Bauzeit des Wetzlarer Doms reicht vom 12. bis ins 16. Jahrhundert.

147 Zum Begriff des Flächenraums oder der flächen- bzw. behälterförmigen Raumkonstruktion siehe das Unterkapitel *Kultur als Modus sowie Raum und Stadt als Medien städtetouristischer Strukturbildung* im Kapitel *Die Form des Städtetourismus*.

Was hier am Beispiel der Altstadtbeschreibung kondensiert, gilt auch für die anderen untersuchten Führer und Broschüren: In der früh-touristischen Präsentation Wetzlars bis in die 1930er Jahre wird die *historische* Rahmung durch *Kultur* (bzw. *Goethe*) gefüllt. Diese Zusammenführung bringt die Semantik der „alten Kultur-“ bzw. „Goethestadt“ hervor.

Auffallend ist, dass die Zeit der ehemaligen freien Reichsstadt ebenso wie die Reichskammergerichtszeit, die für Wetzlar einen beachtlichen wirtschaftlichen Aufschwung und überregionales Ansehen bedeutete hatte, nur in den ersten Reiseführern bis 1903 ausführlicher – über mehrere Seiten – porträtiert wird. Schon 1911 beschränkt sich die Darstellung auf wenige Absätze, die allerdings noch Hinweise auf das „Archivgebäude“ des Gerichts in der Hausergasse und auf den „alten Reichsadler an dem hohen Gebäude am Fischmarkt“, der „das älteste Sitzungsgebäude bezeichnet“ (1911), enthalten. In späteren Stadtpräsentationen werden die Darstellungen dieser historischen Epochen noch knapper. Oft findet man nur wenig mehr als ihre Namen, Zeitangaben oder symbolische Referenzen wie den Reichsadler.

In den Vordergrund der historischen Darstellung rückt stattdessen spätestens seit der Jahrhundertwende Goethes Wetzlaraufenthalt. Die neue Dominanz des Goethethemas als des vorherrschenden Stadtmerkmals verdeutlicht exemplarisch der Führer „Wetzlar und Umgebung“ von 1903. Nach der bereits Goethe gewidmeten Einleitung („Wetzlar als Goethestadt“) befassen sich allein fünf der zehn Wetzlarkapitel mit Goethes Aufenthalt.¹⁴⁸ Schon hier wird deutlich, wie die auch für die folgenden Jahre zu beobachtende „Goetheisierung“ Wetzlars, die in die allgemeine Goethe-Renaissance im Kontext der nationalen Identitätsfindung um die Jahrhundertwende eingebettet war, betrieben wurde: Goethe, der Wetzlar stets kritisiert und sich von der Stadt mit seinen Wanderungen, seinen Zeichnungen, seiner baldigen Abreise und seinem „Werther“ gerade abgewandt hatte, wird über eine mehrfache Verortung ‚zurück‘ in den städtischen Raum ‚geholt‘ bzw. *in* der Stadt ‚territorial fixiert‘. Die aus der relationalen Semantik des Werther-tourismus bereits bekannten, in der Stadt gelegenen Werther-Orte (einschließlich der beiden Museen Lottezimmer/-haus und Jerusalemzimmer/-haus) werden in

148 Die Kapitel im ersten Buchteil („Die merkwürdigen Gebäude und sonstigen aufsuchenswerten Punkte der Stadt“; der zweite Buchhälfte trägt den Titel „Wetzlars Umgebung“) lauten: Der Dom – Der Kalsmunt – Wohnhaus der Familie Buff (Deutsches Haus) – Wohnung Goethe’s – Wohn- und Sterbehäuser von Karl Wilh. Jerusalem – Kestner’s Wohnung – Reichskammergericht – Tile Kolup’s Denkstein der Hinrichtung – Wetzlar’s Vergangenheit – Goethe in Wetzlar.

die neue Stadtsemantik integriert, teilweise zu Goethe-Orten umbenannt¹⁴⁹ und um ‚neue‘ Goethe-Aufenthalts-Orte erweitert. Halten sich in dem 1903 beschriebenen „Gang durch die Stadt“ goethespezifische und sonstige historische Elemente noch die Waage, so handelt es sich bei der 1911 publizierte Skizze eines touristischen *Stadt*-Rundganges bereits eher um einen „Goethe-Parcours“.¹⁵⁰

Einerseits lässt sich somit eine zunehmende Homogenisierung der flächenräumlichen „alten Stadt“ in Richtung „alte Goethestadt“ beobachten; andererseits wird die mit der Werther-Semantik vorgegebene relationale Raumform, mit der einzelne ausgewählte Orte netzförmig verknüpft werden, weiter fortgeführt.

Umland-Perspektive

Die für die frühe touristische Stadtpräsentation typische Kombination von *Geschichte* und *Goethe* kennzeichnet auch die gängige Form der Umland-Beschreibung. Neben der Darstellung historischer Zeugen – wie Burgruinen, Schlösser, alte Nachbardörfer etc. – findet man regelmäßige Goethebezüge. Hinzu kommt hier jedoch die Betonung der Schönheit der *Natur* der Wetzlarer Umgebung.¹⁵¹

149 Aus dem Werther- wurde der Goethebrunnen, aus der Werther- die Goethestadt usw.

150 „Von der Südseite des Domes führt die Pfaffengasse nach dem Deutsch-Ordenshofe, in welchem das Lotte-Haus steht, das Wohnhaus des Amtmannes Buff. [...] Von dem Lotte-Hause gelangt man in wenigen Schritten zu dem Hause in der Gewandgasse No. 11, in welchem Goethe wohnte, und zu dem an der südlichen Ecke des Domplatzes gelegenen früheren ‚Gasthause zum Kronprinzen‘, wo ihm als Mitglied der fröhlichen Tafelrunde ‚ein drittes akademisches Leben entgegensprang‘. Die Goethestraße führt einen kleinen Abhang hinunter zu dem Goethebrunnen vor dem Wildbacher Tore, einem Lieblingsplatz des Dichters (vergl. Werthers Leiden, Brief vom 12. Mai). [...] Von dem Kornmarkt gelangt man [...] zu dem, an dem oberen Ende einer Treppe gelegenen Hause, in welchem Goethes Freund, Johann Christian Kestner, im Werther als Lottes Bräutigam Albert genannt, wohnte. Goethe weilte oft bei dem wackeren Mann und hat in seinem Garten die letzte Mittagsmahlzeit in Wetzlar eingenommen. Die Treppe hinab und weiter abwärts führen wenige Schritte zu dem Schillerplatz, wo gegenüber der Franziskanerkirche das Erkerhaus steht, in welchem der junge Legationssekretär Karl Wilhelm Jerusalem, das Urbild des Werther, sich erschöpfte. Das auch wegen seines Äußeren sehenswerte Haus beherbergt [...]“ (1911). – Ganz ähnlich, nur kürzer, wird der Goethe-Stadtrundgang 1934 formuliert.

151 Auch ‚die Natur‘ wird in den untersuchten Materialien, wie die genauere Untersuchung zeigt, historisierend und romantisierend dargestellt.

Neben der bloßen Aufwertung des touristischen Reiseziels *Stadt* durch die Erweiterung der Wetzlarer Sehenswürdigkeiten um die des Umlandes (Geschichte, Goethe *und* Natur) liegen damit auch die ‚Vorteile‘ der *Umland*-Perspektive zunächst in der Möglichkeit der Fortführung und Einbeziehung der schon etablierten Werther’schen Ortssemantik. So werden in den Umlandkapiteln (oder -absätzen) der Reiseführer neben Sehenswürdigkeiten wie Burgen, Rundblicke erlaubenden Aussichtspunkten oder verschiedenen Ausflügen zu Nachbargemeinden stets auch die außerhalb der Stadtgrenzen liegenden „Wertherorte“ und „Wertherspaziergänge“ beschrieben sowie romantische Landschaftseindrücke aus dem „Werther“ zitiert.

Außerdem, eng mit diesem Punkt zusammenhängend, erlaubt die Umland-Perspektive die Betonung eines landschaftlich-ästhetischen Reizes, dessen sich die von der Industrialisierung erfasste „alte Stadt“ um die Jahrhundertwende alles andere als sicher sein konnte. Der semantische Effekt, der dadurch entsteht, dass Wetzlar als in diese schöne Landschaft eingebettet präsentiert wird, besteht darin, dass die Schönheit des Umlandes praktisch auf die Stadt – als Bestandteil des größeren, sie umfassenden Landschaftsbehälters – selbst ‚abfärbt‘: „Die Stadt Wetzlar an der Lahn zeichnet sich durch herrliche malerische Lage [...] sowie durch entzückende landschaftliche Schönheit der näheren Umgebung aus [...] Wohnhäuser inmitten blühender und grünender Gärten“ (1911). Das Auge des sich der Stadt annähernden Reisenden falle „schon von fernher auf ein Landschafts- und Städtebild, das an Anmut und fesselndem Reiz weit und breit seinesgleichen sucht“ (1926).

Dieser ‚Vererbungs-Effekt‘ wird noch dadurch verstärkt, dass die Stadt/Umland-Differenz in manchen Passagen der Reiseführer und Broschüren durch verkürzte und (un-)passend platzierte Werther-Zitate verwischt bis aufgehoben wird: Aus „Die Stadt selbst ist unangenehm, dagegen ringsumher eine unaussprechliche Schönheit der Natur“ (Goethe 1774, 4. Mai) wird das fast in allen Unterlagen auffindbare Zitat „Ringsumher herrscht eine unaussprechliche Schönheit der Natur“.¹⁵² Ein anderes typisches Beispiel, in dem ein Satz aus einem Brief zitiert

152 „Waldgekrönte Höhen blicken von fast allen Seiten auf ein von schimmernden Wasseradern durchzogenes Städtebild hernieder, aus dessen Bereich vor allem zwei Wahrzeichen einer tausendjährigen Vergangenheit weithin sichtbar emporragen. Das eine ist der im Abendsonnenscheine weiß und rot erglühende ehrwürdige Dom, das andere die Ruine der einstigen Reichsburg Kalsmunt. Schon dieser erste Gesamteindruck lässt ahnen, in wie weitem Umfange das preisende Wort zutrifft, das eine der lebhaftesten Empfindungen Goethe’s aus seiner Reichskammergerichtszeit wiedergibt: ‚Ringsumher herrscht eine unaussprechliche Schönheit der Natur!‘“ (1926).

wird, in dem Werther mit „Gegend“ den Ort und die unmittelbare Umgebung des Wildbacher Brunnens (Goethebrunnen) – und nicht die Stadt – beschreibt (12. Mai), lautet: „Das ist unsere alte traute Goethestadt Wetzlar, von der Goethe in seinem ‚Werther‘ sagt: ‚Ich weiß nicht, ob täuschende Geister um diese Gegend schweben, oder ob es die warme himmlische Phantasie in meinem Herzen ist, die mir alles ringsum so paradiesisch macht‘ – das gilt auch heute noch. Es ist ein schöner Erdenfleck, den es lohnt zu besuchen“ (1938).

Ortsemantisch betrachtet, erzeugt folglich auch die Umland-Perspektive einen doppelten Effekt. Während sie einerseits relationale Raumkonstruktionen und heterogenisierende Perspektiven reproduziert (neben der Werther-Semantik vor allem die Beziehungen zwischen Stadt und Umland), stärkt sie zugleich die flächenräumliche Konstruktionsweise Wetzlars als einer homogenen Kultur-Landschaft.

Entstehung des touristischen Wetzlar-Bildes

Natürlich schließen die frühen touristischen Darstellungen Wetzlars nicht nur an die relationale Semantik des Werthertourismus an. Sucht man nach weiteren semantischen Quellen, aus denen sie schöpfen, wird man, wenig überraschend, schnell in explizit historischen Abhandlungen fündig. Hier ist vor allem die mehrbändige, von 1802 bis 1810 herausgegebene „Geschichte und Topographische Beschreibung der Stadt Wetzlar“ des Chronisten Friedrich Wilhelm Freiherr von Ulmenstein zu nennen. Aus ihr zitieren die ersten Reiseführer in ihren historischen und geographischen Passagen teilweise wörtlich. Noch wichtigere semantische Vorläufer sind aber bildlich-künstlerische Wetzlardarstellungen: Gemälde sowie Radierungen, Schnitte und Stiche, die mit Hilfe graphischer Drucktechniken vielfach reproduziert wurden. Bis zum Ende des 19. Jahrhunderts trugen sie entscheidend zur Etablierung spezifischer Perspektiven auf und Bilder von Wetzlar bei, für die historisierende ebenso wie landschaftlich-lagebezogene Aspekte charakteristisch waren (vgl. Sachse 1998). Diese wurden durch die dann aufkommenden Post- und Ansichtskarten sowie die Fotografie fort- und weiter festgeschrieben. Bereits um 1900 hatten sich auf diese Weise touristische Leit-Bilder verfestigt, die die spätere touristische Entwicklung stets begleiten und mitstrukturieren sollten. Dass die beiden, miteinander verknüpften semantischen Grundschemata der frühen touristischen Präsentation Wetzlars – Geschichte und Stadt/Umland – sich daher auch als Weiterentwicklung älterer, nicht-touristischer Kommunikationsformen inter-

pretieren lassen, soll nun exemplarisch an ausgewählten Bildern verdeutlicht werden.

Die zwei Kupferstiche, die auch in der Ulmenstein'schen „Stadtgeschichte“ wiedergegeben sind und Wetzlar gegen Ende der Reichskammergerichtszeit zeigen, stellen Prototypen späterer Wetzlarbilder dar. Viele ihrer Inhalte wurden zwar auch schon auf noch älteren Bildern dargestellt, so z.B. auf dem ‚berühmten‘ Merian-Stich von 1646 (vgl. Sachse 1998, 28). Doch die mit ihnen eingenommenen Blickwinkel und Bildaufteilungen waren neu – und folgenreich.



Abb. 2: Wetzlar – 1802 (Quelle: Ebertz/Flender 1979, 31)



Abb. 3: Wetzlar – 1806 (Quelle: Ebertz/Flender 1979, 29)

Der 1802 entstandene Stich (abgebildet in Teil I der „Stadtgeschichte“; s. Abb. 2) blickt von der heutigen Bahnhofsgegend, also aus nördlicher Richtung, auf die Stadt; der 1806 entstandene Stich (abgebildet in Teil II

der „Stadtgeschichte“; s. Abb. 3) von einem Standort jenseits der Dill-Lahn-Mündung, also aus westlicher Richtung. Zentraler Abbildungsgegenstand auf beiden Stichen ist die Stadt – mit den historischen Elementen Dom (hier noch Stiftskirche genannt), mittelalterlicher Stadtkern (einschließlich der Ruinen der Stadtmauertürme auf dem Stich von 1806), großzügige Reichskammergerichtsgebäude, Lahnbrücke und Hospitalkirche. Bei beiden fällt aber zugleich die Einbeziehung der malerisch ebenfalls stark ausgestalteten landschaftlichen Umgebung auf – mit der Lahn (bzw. Dill-Lahn-Mündung), mit Hügellandschaft, Türmen, Burgruine Kalsmunt und benachbartem Dorf.

Verfolgt man die mit dem Stich von 1802 (s. Abb. 2) vorgegebene Perspektive durch das gesamte 19. Jahrhundert hindurch bis ins frühe 20. Jahrhundert hinein (s. Abb. 4 – 6), wird eine räumlich-thematische Fokussierung deutlich: Dom, Kalsmunt, alter Stadtkern, Reichskammergerichtsgebäude, Lahnbrücke, Lahn sind die städtischen Elemente, die durchgehend reproduziert werden; die auf der gegenüberliegenden Lahnseite gelegene Langgässer Vorstadt (rechte Bildhälfte auf dem Stich von 1802; die heutige Neustadt) fällt schon 1817 aus dem Blickfeld, die Hospitalkirche rückt an den äußersten Bildrand. Dagegen gewinnen die die (historische Kern-) Stadt umgebende ‚Natur‘ (oder ‚Landschaft‘) und historisierende Elemente an Gewicht.



Wetzlar – Kolorierte Aquatintaradierung von Friedrich Christian Reinermann, 1817

Abb. 4: Wetzlar – Kolorierte Radierung von Reinermann, 1817 (Quelle: Sachse 1998, 33)

Besondere Bedeutung für die Darstellung Wetzlars im 19. Jahrhundert kommt dem Maler, Kupferstecher und Lithographen Friedrich Christian Reinermann zu (vgl. Sachse 1998, 31f.). Reinermann stand an der Wende zur Malerei der Romantik, so dass in seinen Bildern neben die topographische Wiedergabe auch die Öffnung des Landschaftsbildes für Stimmungen und Gefühle tritt. Diese Gestaltungsabsicht wird besonders in der malerischen Darstellung der Stadt in der Aquatintaradierung von 1817 greifbar (s. Abb. 4). Der Betrachter blickt auf einen bühnenartig mit Staffagefiguren angereicherten Vordergrund, der mit einem blickfangenden Baum das Auge über den überbreiten Fluss in die Ferne zur Ruine Kalsmunt führt. Ähnliche Gestaltungsmerkmale weist der 1850 entstandene konturenschärfere, kolorierte Stahlstich von Ahrens auf (s. Abb. 5). Obwohl diese und ähnliche Darstellungen aus der Zeit nach der Auflösung des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation und des Reichskammergerichts 1806 datieren, also aus einer Zeit, die für Wetzlar mit einem dramatischen ökonomischen Niedergang verbunden war, präsentieren sie eine friedvolle, wohlhabende Stadt mit großzügigen Wohnhäusern und prachtvollen Gärten, die noch vom Bauwillen der Kameralen geprägt ist. Das ehemalige Kammergerichtsgebäude an der Hausergasse ist auf den Ansichten von Reinermann und Ahrens gut erkennbar.



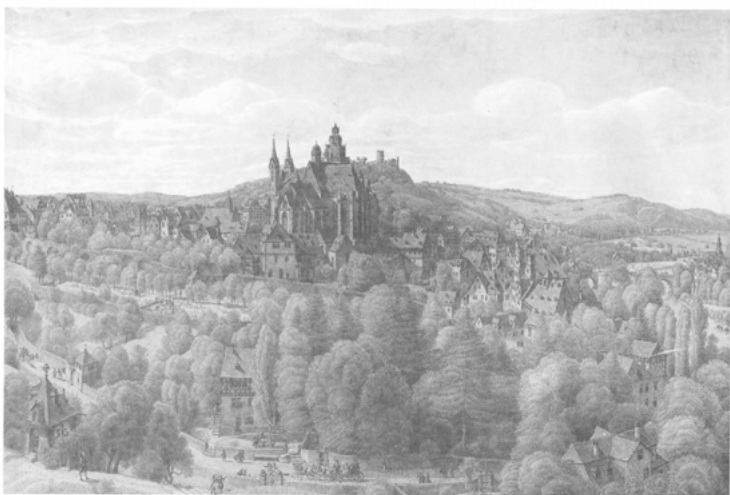
Wetzlar – Kolorierter Stahlstich von P. Ahrens, um 1850

Abb. 5: Wetzlar – Kolorierter Stahlstich von Ahrens, um 1850 (Quelle: Sachse 1998, 35)



Die Fotografie zeigt die Altstadt um 1915. Im Vordergrund die Ochsenwiese.

Abb. 6: Fotografie um 1915 (Quelle: Jung 1991, 13)



Wetzlar – Bleistiftzeichnung, mit Aquarell- und Deckfarben koloriert, von Peter Becker, 1878

Abb. 7: Wetzlar – Bleistiftzeichnung von Becker, 1878 (Quelle: Sachse 1998, 36)

Diese gleichzeitig historisierende, romantisierende und naturalisierende Darstellungsweise wird in einer kombinierten Aquarell-Deckfarbmalerei von Peter Becker aus dem Jahre 1878 noch einmal gesteigert (s. Abb. 7). Auf diesem Bild macht Wetzlar den Eindruck einer ‚grünen‘,

noch mittelalterlich geprägten Stadt, die durch Gebäude und Staffage einen Bezug zur Zeit des Reichskammergerichts gewinnt: „Besonders wirkungsvoll sind im Vordergrund“ – vor der Stadtmauer – „die Staffagen in der Mode der Goethezeit. Auf dem gepflasterten Weg begegnen uns ein- und mehrspännige Pferdekutschen und Spaziergänger. Die Herren tragen Dreispitz und Galanteriedegen, die Damen Reifröcke und zierliche Mieder mit Bandrüschen. Schöne Sommerhäuser, zugänglich über Treppen und kunstvolle Tore, umgeben von Parkanlagen und Gärten, vermitteln das Bild Wetzlars zur Zeit des Reichskammergerichts“ (Sachse 1998, 37). In der Montage zweier Epochen – Mittelalter und Rokoko – zeigt die Zeichnung ihre Zugehörigkeit zur Kunst des Historismus. Und mit der deutlichen Integration der Natur ins Stadtbild mag der Künstler – in kompensatorischer Absicht – auf die nun auch in Wetzlar beginnende Industrialisierung und die damit verbundene Ausdehnung der Stadt reagiert haben. Mit dem allmählich beginnenden, von Bildungsreisenden geprägten Wetzlartourismus entstand allerdings noch ein weiterer Kontext, in dem das Bild zu interpretieren ist. War die Nachfrage nach Kunstobjekten jeder Art infolge der bis ins späte 19. Jahrhundert anhaltenden wirtschaftlichen Probleme Wetzlars stark zurückgegangen, bestand mit der seit dem Eisenbahnanschluss 1862 zunehmenden Bereisung der Stadt auch die Möglichkeit, Stadtabbildungen als Reiseandenken zu verkaufen (vgl. ebd.).

Als touristische Erinnerungsstücke bekamen die klassischen Stadtansichten dann seit der Jahrhundertwende immer stärkere Konkurrenz durch die aufkommende Fotografie. Der Siegeszug der Photographie, die die touristische Darstellung Wetzlars etwa seit Mitte der 1920er Jahre dominiert, lässt sich nicht allein auf ihre technische und ökonomische Überlegenheit zurückführen. Ebenso wenig ist er nur der Vielzahl neuer Details und Motive geschuldet, die der Einsatz der Kamera ermöglichte. Der mit der Fotografie verbundene „neue Realismus“ der Stadtabbildung war gerade im Tourismus oftmals eher ein Nach- denn ein Vorteil. Dies belegen indirekt die vielen Collagen und zeichnerisch-graphischen Elemente (Skizzen, Logos u.a.), die touristische Broschüren bis heute kennzeichnen. Vielmehr resultierte der Erfolg der Photographie als touristisches Werbemedium nicht zuletzt auch daraus, dass viele der fotografischen Stadtansichten die schon im 19. Jahrhundert etablierten Perspektiven und Darstellungsinhalte übernahmen.



Abb. 8: Blick auf den Dom (Quelle: Broschüre 1925)

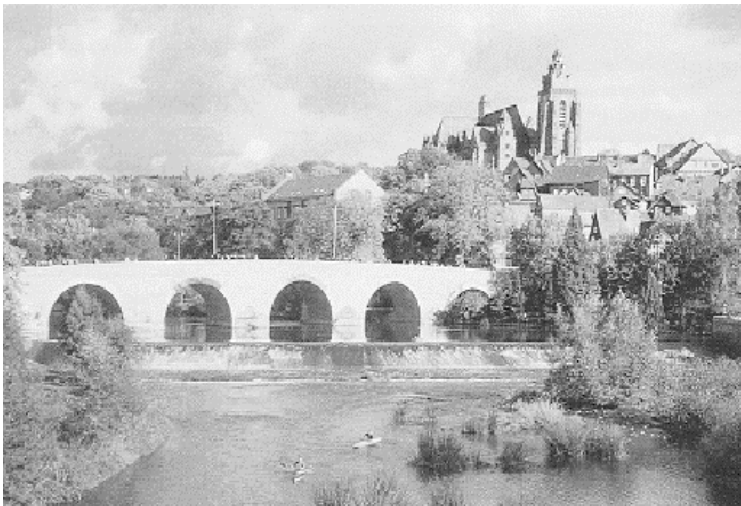


Abb. 9: Altstadt mit Alter Lahnbrücke und Dom (Quelle: „Deutsche Städte Erleben“, Deutsche Zentrale für Tourismus 2003/2004, 60)

Auch wenn man den anderen Weg einschlägt und die zweite der beiden prototypischen Perspektiven (s. Abb. 3) bis ins 20. Jahrhundert verfolgt,

wird deutlich, dass bereits in den Stadtdarstellungen des frühen 19. Jahrhunderts enthalten ist, was später zu zentralen Elementen des Städtetourismus verdichtet wird. Im Vergleich mit dem alten Stich erscheint das einer Broschüre von 1925 entnommene Bild (s. Abb. 8) wie eine durch Zoom ermöglichte Fokussierung des Urbildes, mit der der touristische Blick noch stärker auf die historische und die Stadt/Umland-Thematik festgelegt wird – und mit der zugleich Anderes, wie etwa die jüngere oder die zeitgenössische Stadtentwicklung, ausgeblendet wird. Das Ergebnis dieser bildlich-symbolischen Engführung der Stadt, das man auch schon in Darstellungen um 1900 findet (s.u.: Abb. 10), besteht aus (1) dem Dom, (2) Alt-Wetzlar, (3) der Lahn und (4) der mittelalterlichen Lahn-Brücke: (1) Der Dom, dessen Hauptturm aus dieser Perspektive beeindruckender und prominenter erscheint als aus der alternativen Sicht aus Norden,¹⁵³ wird zur zentralen, alles überragenden Sehenswürdigkeit; (2) der alte Stadtkern wird auf wenige, wie exemplarisch schieferbedeckte Häuser reduziert; (3) die Wetzlar umgebende Natur schrumpft auf die Lahn-Lage Wetzlars zusammen – „Wetzlar und das Lahntal“ (1862) bzw. „Wetzlar und Umgebung“ (1903) werden zu „Wetzlar an der Lahn“ (1911, 1926, 1934, 1938); (4) und die Lahnbrücke schließlich ‚überlebt‘ als historisches Symbol der Verbindung (und damit Betonung) von Stadt *und* Umland.¹⁵⁴ Bei alledem: Ähnlich der Entwicklung der textlichen Wetzlarpräsentation verblasst die historische Komponente „Reichskammergericht“ auch bei der bildlichen Verdichtung (im Gegensatz zu ihrer oben dargestellten Aufwertung in der Traditionslinie der alternativen Perspektive auf Wetzlar). Dass auf diese Weise schon um 1900 ein Wetzlarbild von hoher touristischer Symbolkraft entstanden ist, das als *der* zentrale ortssemantische Ausdruck des Wetzlartourismus

153 Siehe die Abbildungen 2, 4, 6 und 10.

154 Damit verweisen Lahn und Lahnbrücke indirekt auf den Möglichkeitshorizont touristischer Ausflüge von der Stadt ins Umland – in die Natur –, auf den alle Wetzlarreiseführer und -broschüren mehr oder weniger ausführlich eingehen.

Die alte Lahnbrücke nimmt als wichtiger Aussichtspunkt seit dem frühen 20. Jahrhundert eine zentrale Position im Wetzlartourismus ein. Vgl. dazu folgendes Zitat aus dem „Wetzlar an der Lahn“-Führer von 1911, in dem neben der Betonung historischer Blickinhalte die für den Wetzlartourismus so relevante Stadt/Umland-Unterscheidung deutlich wird: „Von dieser Brücke aus hat man einen reizenden Blick auf den Fluß mit dem schäumenden Wehr und seinen von alten Holzstegen überspannten Nebenarmen, auf einen Teil der Stadt mit dem die Schieferdächer stolz überragenden Dom, auf die Burgruine Kalsmunt und weit ins Tal hinein. Zumal bei Sonnenuntergang bietet sich hier ein Bild von überaus malerischem Reiz und entzückender Mannigfaltigkeit, das in deutschen Landen schwerlich seines Gleichen finden mag“.

Während auf der oberen Grußkarte in Abb. 10 um die ‚Nord-Perspektive‘ (Mitte oben) herum ein Goetheporträt und drei ausgewählte Goethe-/Wertherorte abgebildet sind (Goethehaus: Mitte unten; Goethebrunnen: links unten; Lottehaus: links oben), wird auf der unteren Grußkarte der ‚Vier-Elemente-Blick‘ mit dem Jerusalemhaus kombiniert. Beide touristischen Grußkarten sind damit ein weiterer Beleg für die charakteristische Mehrfachcodierung der „alten Goethestadt an der Lahn“.

Gegenwartsbezüge

Die entstehende Ortssemantik der „alten Goethestadt an der Lahn“ wird auch von den aktuellen Bezügen, die sich seit etwa 1900 in dem Reise-führer- und Prospektmaterial finden lassen, nicht in Frage gestellt. Denn die Art und Weise, wie bis in die 1930er Jahre hinein gegenwärtige Merkmale der Stadt präsentiert wurden, verdeutlicht, dass mit vielen Publikationen nicht nur touristische Werbung im engeren Sinne, sondern auch allgemeine Stadt- und Standortwerbung betrieben wurde.

Zum einen stößt man im hinteren Teil der Publikationen auf summarische Darstellungen der „Lebensverhältnisse in der Stadt“ (1911). Sehr gelobt werden dann die umfassende Behördeninfrastruktur, das „hervorragend entwickelte Schulwesen“, die „moderne öffentliche Gesundheitsfürsorge“ (Kanalisation, Gas, elektrisches Licht, Krankenhaus ...), die infolge der „günstigen Lage“ und der damit verbundenen Frischluftzufuhr „vorzüglichen gesundheitlichen Verhältnisse“, die „prachtvoll eingerichtete Badeanstalt“, das lebendige Vereinswesen, die guten „Wohnungsgelegenheiten [...] für bescheidene und höhere Ansprüche“, die „Nähe großer Städte wie Frankfurt a. Main“, die „günstigen Eisenbahnverbindungen“ usw. (ähnlich: 1919). Offenkundig dienten derartige Beschreibungen der „angenehmen und insbesondere nicht teuren [...] Lebensverhältnisse in der Stadt“ weniger der Information von touristischen Besuchern als der Anlockung privater und gewerblicher Zuzügler.

Indem die Stadtführer und -prospekte im frühen 20. Jahrhundert also sowohl Stadtbesucher als auch potentielle Neubürger ansprachen, erfüllten sie eine Doppelfunktion. Sie markieren damit einen Zwischenschritt auf dem Weg zu einer ausschließlich auf Touristen zielenden Darstellungsweise, wie sie die heutigen Prospekte der Wetzlarer Tourist-Information kennzeichnet. Auch den ersten Publikationen aus dem späten 19. Jahrhundert und der Zeit um die Jahrhundertwende kam zwar schon eine doppelte Funktion zu; sie waren aber noch als „Führer für Fremde und Einheimische“ angelegt. Dagegen ging es in den beiden 1911 und 1919 erschienenen Publikationen bereits primär um die Infor-

mation von „Fremden“ (d.h. von Touristen und Neubürgern). Allerdings war der Tourismus noch nicht bedeutsam genug oder wurde zumindest noch nicht als lohnend genug angesehen, um die Broschüren nur für ihn zu produzieren. Dies änderte sich tendenziell erst in den 1920er und 1930er Jahren. In dieser Zeit verloren die Informationen über die „angenehmen Lebensverhältnisse“ in Wetzlar in den entsprechenden Broschüren im Verhältnis zur Beschreibung seiner historischen Sehenswürdigkeiten und seines Umlandes immer weiter an Gewicht.

Das zweite größere Thema mit Gegenwartsbezug war die Wetzlarer Industrie. Damit reagierten die Darstellungen Wetzlars nicht zuletzt auf die zunehmende Wahrnehmbarkeit der Industrialisierung der Stadt, eines Prozesses, der in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts etwa zeitgleich mit der städtetouristischen Bereisung eingesetzt hatte.

In den Stadtführern von 1903 und 1919, die besagte Doppelstrategie verfolgten, findet man noch eine mehrseitige, relativ ausführliche Auflistung der verschiedenen Betriebe des Industrieviertels in der Nähe des Bahnhofs. Diese Dokumentation erfolgte mit dem expliziten Ziel zu zeigen, dass „Wetzlar nicht nur eine Stadt von altem Herkommen mit historischen Denkwürdigkeiten ist, sondern auch eine Stadt, in der Handel und Industrie eine hervorragende Stellung einnimmt und die auch durch ihre industriellen Werke und deren Erzeugnisse einen Weltruf genießt“ (1919). Die gleiche Absicht, i.e. eine aufstrebende und Wohlstand verheißende Stadt zu porträtieren, spiegeln verschiedene Ansichtskarten aus der Zeit um die Jahrhundertwende wider, die voller Stolz Fabriken und technische Bauwerke präsentieren (vgl. Jung 1991, 5 u.ö.). Der im Hinblick auf weitere Gewerbeansiedlungen und potentielle Zuzügler formulierte Verweis auf das „Aufblühen einer ganz hervorragenden Industrie“ und das mit ihr verknüpfte „lebhaftes Aufstreben“ der Stadt schrumpfte aber schon in der Broschüre von 1911 auf wenige Sätze zusammen. In den Materialien aus den 1920er und 1930er Jahren ist er fast gänzlich verschwunden. Nur noch äußerst knapp, manchmal in der Form eines nur der Vollständigkeit dienenden Appendix, werden die Industrieanlagen und die internationale Bekanntheit insbesondere ihrer optisch-feinmechanischen Erzeugnisse (Leica, Mikroskopie) erwähnt. Stattdessen spricht aus den Broschüren zu dieser Zeit etwas ganz anderes: Ein offensichtliches Unbehagen an der für Stadtbesucher unübersehbaren Eisen- und Stahlindustrie, die eher dazu angetan war, das touristisch gerade erst konstituierte Bild von Wetzlar als räumlich kompakter, historisch-idyllischer, in „malerischer Landschaft“ gelegener Stadt zu zerstören, denn zu befördern.

Da die Stadtbesucher damals überwiegend mit dem Zug anreisten, folglich die Stadt vom Bahnhof ausgehend besichtigten, wurden sie

zwangsläufig auch mit der Ansicht, dem Gestank und dem Lärm der in unmittelbarer Bahnhofsnähe gelegenen Industrieanlagen konfrontiert. Dieses touristische Ärgernis versuchten die Reiseführer, in folgender oder vergleichbarer Art zu ‚umschiffen‘: Nach der einleitenden Lobpreisung des „anmutigen“ und „fesselnden“ „Landschafts- und Städtebildes“, dieses von „waldgekrönten Höhen“, dem „ehrwürdigen Dom“ und der „Burgruine Kalsmunt“ geprägten „Gesamteindrucks“, das die „lebhaftesten Empfindungen Goethes“ hervorgerufen habe und sich dem (An-)Reisenden schon von fernher darbiere, erfolgt die Warnung: „Allerdings die ersten Schritte und Wahrnehmungen nach dem Verlassen der Bahnhofshalle sind wenig dazu angetan, diesen ersten Eindruck zu verstärken. Denn rings um die Bahnhofsanlagen drängen sich die Arbeitsstätten einer weithin bekannten und angesehenen Industrie, deren größter Teil der Verarbeitung der roten und braunen Erze gewidmet ist, die in den Tälern und Bergen des Lahn- und Dillgebietes schlummern.“ Aus der Not des Industrieviertels wird die Tugend der Gleichzeitigkeit und des räumlichen Nebeneinanders des Ungleichzeitigen (Vergangenheit/Gegenwart) bzw. Unterschiedlichen (Natur/Arbeit) gemacht, die/das nur kurz vom Vergangenen- und Landschaftsgenuss ablenke: „Allein wie kaum an einem anderen Platze unseres Vaterlandes reichen sich in Wetzlar ruhmvolle Vergangenheit und rastlose Gegenwartst, tiefer Naturfriede und emsige Arbeit in nahem Beieinanderwohnen versöhnend die Hand. So genügen denn schon wenige Schritte, um dem Reisenden einen Blick auf Alt-Wetzlar und seinen Dom, seine Burgruine und den brückenüberspannten Strom zu eröffnen, den keiner so leicht vergisst. – Von einer tausendjährigen Vergangenheit war die Rede [...]“ (1926).

Die nicht mehr als zusätzliche Standortwerbung, sondern nur noch als notwendig erachtete Bezugnahme auf die moderne Industrie Wetzlars verfolgte mithin das Ziel, das Bild der „alten Goethestadt an der Lahn“ möglichst wenig zu gefährden. Die dazu gewählte Strategie bedient sich der „versöhnenden“ territorialen Relationierung – hier die historisch-naturnahe Kultur-Landschaft, dort die moderne Industrie. Damit lässt sich die bisherige Analyse insgesamt wie folgt zusammenfassen.

Zusammenfassung

Die Kombination von historisierender und Stadt/Umland-Perspektive ermöglicht zum einen den Anschluss an die bereits etablierte Semantik des Werther-Tourismus. Diese wird im Falle der Umlandpräsentation weitgehend unverändert reproduziert, im Falle der Stadtpräsentation zu-

nehmend in eine Goethesemantik transformiert. Zum anderen erlaubt die Kombination der beiden Leitschemata, den touristischen Fokus – in überwiegend historisierender Perspektive – erstmals stärker auf die (für die Werthertouristen noch gänzlich uninteressante) Stadt selbst zu richten. Festzuhalten bleibt ferner, dass im Rahmen dieser Erstkonstituierung Wetzlars als städtetouristisches Ziel der Goethe-/Wertherthematik zwar eine herausragende und bis in die 1930er Jahre sogar noch wachsende Bedeutung zukommt – Wetzlar wird zur *Goethestadt*. Aber für die Präsentation Wetzlars als Stadt des Tourismus sind die Elemente *Geschichte* und *Natur* ebenso konstitutiv. Diese Mehrfachcodierung basiert auf der Verknüpfung flächen- bzw. behälterförmiger und relationaler Raumkonstruktionen. So lässt die Rekonstruktion der semantischen Grundlegung der Destination Wetzlar bis Ende der 1930er Jahre einerseits verschiedene territorial relationierte Bezüge (zwischen Stadt und Umland/Natur, zwischen den einzelnen Werther-/Goethe-Orten, zwischen Geschichte/Kultur und Gegenwart/Industrie) sichtbar werden. Andererseits ist eine Tendenz zur Herausbildung eines homogenen (genauer: eines homogen historisierten bzw. goetheisierten) städtischen Flächenraums zu erkennen. Dieser städtische Raum entspricht dem durch die Genese des Stadt-Bildes vorgeformten Rahmen und zeichnet sich durch die Konzentration auf den alten Stadtkern aus.

Touristischer Dämmer Schlaf (1945 bis 1980)

Geringer Stellenwert des Tourismus

Die Ausführlichkeit, mit der die semantische Grundlegung des Wetzlarer Städtetourismus dargestellt wurde, darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass der touristische Andrang wie in vielen anderen städtetouristischen Destinationen lange Zeit vergleichsweise gering war. Die frühen Reiseführer, Broschüren und ersten Prospekte – von Einzelpersonen, dem städtischen Verkehrsamt oder dem Landesverkehrsamt verfasst und/oder herausgegeben – verweisen zwar auf eine schon vorhandene touristische Nachfrage, die sie sowohl bedienen als auch mit hervorbrachten. Gleiches gilt für die Tätigkeiten der 1926 und 1931 gegründeten Einrichtungen des Wetzlarer Verkehrsvereins bzw. des städtischen Verkehrsamtes. Mit ihnen wurde auf die Unübersehbarkeit der touristischen Nachfrage und ihre ökonomische Relevanz für Wetzlar reagiert. Neben der „Verbesserung der Verkehrsverhältnisse“ bestand ihre Aufgabe darin, sich aktiv um die „Hebung des Fremdenverkehrs“ zu bemühen: „Durch Werbemaßnahmen wie Versand von Prospekten und Auf-

gabe von Inseraten in mehreren großen Zeitungen wurde auf Wetzlar als Fremdenverkehrsort hingewiesen. Veranstaltungen wie Verkehrswerbepochen, Flugtage, Konzerte, Vorträge, Feuerwerke brachten regen Zustrom aus der näheren Umgebung“ (Magistrat 1957, 591). Dennoch war der Umfang des Wetzlartourismus noch sehr begrenzt und blieb eben mehrheitlich auf Tagesbesucher aus der näheren Umgebung beschränkt.

Mit dem Zweiten Weltkrieg kam der Fremdenverkehr dann wie in anderen deutschen Städten fast ganz zum Erliegen. Die kriegsbedingten Maßnahmen, wie Werbeverbot und Verbot der Förderung des Reiseverkehrs, führten dazu, dass das Verkehrsamt seine Tätigkeit einstellte. Die unmittelbaren Nachkriegsjahre waren auch in Wetzlar vom Wiederaufbau der in Luftangriffen teilweise zerstörten Stadt bestimmt. Schwere Bombardierungsschäden hatten neben dem Lottehaus auch fünf der acht Wetzlarer Hotels erlitten. Mit dem Goethejahr 1949 und dem bis dahin erfolgreich wiederhergestellten Lottehaus setzte der Tourismus in Wetzlar langsam wieder ein. Das Verkehrsamt wurde 1951 wiedereröffnet.

Der nur geringe Stellenwert, der dem Tourismus in Wetzlar in der ersten Hälfte des 20. Jahrhundert als Aspekt des städtischen Lebens und der städtischen Entwicklung zukam, spiegelt sich in den aus heutiger Sicht ausgesprochen spärlichen Versuchen wider, das touristische Aufkommen zu dokumentieren. Neben den Besuchern des städtischen Museums wurden lediglich die Besucher der touristischen ‚Hauptattraktionen‘ Lottehaus und Jerusalemhaus gezählt. Keine Informationen gibt es über touristische Anfragen im Verkehrsamt, Stadt- und Museumsführungen o.Ä. Aber auch die Angaben über die Museumsbesucher sind alles andere als detailliert. Aus dem städtischen Verwaltungsbericht ist nur summarisch zu erfahren: „Das Lottehaus wurde vom Beginn der Berichtszeit [1.4.1928] bis zum Ende des Krieges von über 47.000 Personen besucht; darunter waren Ausländer aus fast allen Kulturländern der Erde. Seit seiner Wiedereröffnung 1949 bis zum 31.3.1952 besichtigten etwa 8.800 Personen, darunter 150 Ausländer, das Lottehaus. Das Jerusalemhaus sah nach dem Kriege etwa 1.700 Besucher“ (Magistrat 1957, 248). Differenziert nach Einzeljahren werden die Besucher des Lottehauses erst seit 1952, die Besucher des Jerusalemhauses sogar erst seit 1961 (vgl. Magistrat 1975, 110).

Hotels und Gaststätten	Neu ange- kommene Fremde	davon Ausländer	Übernach- tungen insgesamt	davon Ausländer	Durch- schnitt Aufenthalt in Tagen
Sommer 52	7.894	nicht erfasst	13.773	nicht erfasst	1,7
Winter 52	6.705	nicht erfasst	12.198	nicht erfasst	1,8
Sommer 54	9.584	1.056	16.560	2.348	1,7
Winter 54	8.599	595	16.199	1.454	1,9
Sommer 56	9.924	1.282	20.651	2.624	2,1
Winter 56	9.067	606	17.947	1.325	2,0
Sommer 58	12.014	1.890	22.655	3.554	1,9
Winter 58	10.682	911	18.689	2.204	1,7
Sommer 60	12.130	1.925	22.614	4.454	1,9
Winter 60	10.603	1.100	19.646	2.711	1,9
Sommer 62	11.283	1.534	20.367	3.122	1,8
Winter 62	10.101	934	19.770	2.097	2,0
Sommer 64	12.862	2.102	21.746	3.375	1,7
Winter 64	11.687	1.244	20.416	2.401	1,7
Sommer 66	11.903	2.095	20.023	3.893	1,7
Winter 66	11.121	1.339	18.387	2.566	1,7
Winter 67	10.329	1.061	17.663	2.455	1,7
Sommer 68	11.405	1.744	19.429	3.346	1,7
Sommer 69	11.164	1.926	21.162	4.361	1,6
Winter 69	8.251	1.434	14.491	3.352	2,2
Sommer 70	9.285	1.866	19.675	4.218	2,1
Winter 70	9.326	1.260	18.622	2.613	2,0
Sommer 71	10.134	1.954	18.853	4.258	1,9
Winter 71	9.301	1.221	17.559	2.573	1,9
Sommer 72	9.949	1.907	18.578	4.145	1,9
Winter 72	9.768	1.542	19.127	3.281	2,0
Sommer 73	10.454	2.539	19.640	4.833	2,0
Winter 73	9.085	1.273	17.132	2.670	1,9
Sommer 74	10.794	1.876	19.627	3.603	1,8
Winter 74	9.740	1.715	17.521	3.505	1,8
Sommer 75	11.537	2.461	19.843	4.903	1,7
Winter 75	8.749	1.662	16.210	3.540	1,9
Sommer 76	11.456	1.962	18.987	4.634	1,7

Tab. 1: Übernachtungen (Quellen: Magistrat 1975, 123; Magistrat 1980, 212)

Noch vager sind die Aussagen, die man über touristische Übernachtungen treffen kann. Denn im Gegensatz zu Städten wie Heidelberg, Rothenburg ob der Tauber, Oberstdorf oder Berchtesgaden, die schon im späten 19. Jahrhundert bedeutsame „Fremdenverkehrsorte“ waren und

ihre Übernachtungsgäste deshalb spätestens seit der Jahrhundertwende statistisch regelmäßig erfassen ließen (vgl. Keitz 1997, 319), begann die jährliche Dokumentation in Wetzlar überhaupt erst im Jahre 1952.¹⁵⁵ Zuvor gab es nur eine unregelmäßige Zählung der *Übernachtungsmöglichkeiten*, aus der nur sehr grob auf ein Wachstum der touristischen Nachfrage in den 1930er Jahren geschlossen werden kann: Während 1929 insgesamt 130 Betten zur Verfügung standen, verfügten 1939 8 Hotels und 11 Gasthöfe zusammen über 204 Betten (vgl. Magistrat 1957, 592). Aufgrund der Kriegsschäden war die Bettenkapazität nach Ende des Krieges gesunken und erreichte erst 1953 mit 24 Betrieben und 200 Betten wieder knapp das Vorkriegsniveau (vgl. Magistrat 1975, 123).

Mit der langsam wachsenden Bettenkapazität,¹⁵⁶ den bis etwa 1960 steigenden Übernachtungszahlen (s. Tab. 1)¹⁵⁷ und den nun regelmäßig dokumentierten Besucherzahlen des Lotte- und des Jerusalemhauses gewann der Wetzlarer Tourismus erneut an Konturen. Das wiedereröffnete Verkehrsamt unternahm auch in der Nachkriegszeit verschiedene Anstrengungen, den Tourismus und das touristische Interesse an Wetzlar zu fördern. Neben allen sonstigen Aufgaben, denen das Verkehrsamt noch nachzukommen hatte,¹⁵⁸ wurde wieder überregional für Wetzlar als touristisches Ziel geworben. Dazu wurden neue Prospekte erstellt und versandt, in Reiseführern, Autoatlanten, Zeitschriften, Tageszeitungen

155 Wie überall erlauben die seit 1952 dokumentierten Übernachtungszahlen natürlich auch in Wetzlar nur Schätzungen tatsächlicher Touristenübernachtungen. In Wetzlar rechnet man damit, dass es sich bei etwa einem Drittel bis höchstens der Hälfte der gezählten Übernachtungen auch um Touristen handelt – der Rest entfällt auf Geschäftsleute und andere Gäste.

156 Die Zahl der Wetzlarer „Fremdenbetten“ in Hotels und Gaststätten wuchs allmählich von 200 (1953), 285 (1956), 326 (1960) über 323 (1966) auf 339 (1969) und 390 (1975); vgl. Magistrat 1975, 123; Magistrat 1980, 211.

157 Betrachtet man die Entwicklung der Übernachtungen in Wetzlars Beherbergungsbetrieben in den für den Tourismus relevanteren Sommerhalbjahren (bis 1979 wurde bei der Zählung zwischen Sommer- und Winterhalbjahren – und nicht nach Kalenderjahren – unterschieden), so stieg die Anzahl von ca. 13.800 (1952) über 20.600 (1956) auf 22.600 im Jahre 1960, womit eine vorläufige Höchstmarke erreicht war, die bis 1976 (ca. 19.000) nicht mehr übertroffen wurde (vgl. Magistrat 1975, 123; Magistrat 1980, 212).

158 Neben den einleitend schon genannten nicht-touristischen Aufgaben wie Busfahrplanerstellung, Verwaltung der städtischen Werbeflächen u.a. oblag es dem Verkehrsamt außerdem, regelmäßig umfangreiche Begrüßungs- und Informationsbroschüren für die Bundeswehrsoldaten, die in der Garnisonsstadt Wetzlar bis Anfang der 1990er Jahre stationiert waren, zu erstellen. Die erste dieser Broschüren – „Wetzlar, meine Garnison“ – wurde 1959 herausgegeben.

usw. regelmäßig Hinweise auf Wetzlars Sehenswürdigkeiten platziert und in Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Fremdenverkehr Briefverschlussmarken und ein Plakat mit dem Motiv „Alte Lahnbrücke mit Dom“ herausgegeben. 1960, zu einer Zeit, als jährlich ca. 50 Stadt- und Domführungen vermittelt wurden, wurde per Zeitungsannonce ein neuer „Fremdenführer“ gesucht. Außerdem organisierte das Verkehrsamt Tagungen und Kulturveranstaltungen (z.B. Freiluftkonzerte) sowie Blumenschmuckwettbewerbe oder weihnachtliche Lahnbrücken- und Domeleuchtungen zur Verschönerung des Stadtbildes (vgl. Magistrat 1975, 122f.). An der verhältnismäßig geringen Relevanz des Tourismus in und für Wetzlar – und damit auch an der Aufmerksamkeit der Stadt für den Tourismus – hatte sich gleichwohl auch in den Jahrzehnten nach 1945 nur wenig geändert. Dies ist nicht nur die einhellige Meinung der interviewten Experten. Auch die seit 1952 bzw. seit 1960 schwankenden, bis in die frühen 1980er Jahre hinein jedoch kaum substantiell wachsenden Zahlen von Museumsbesuchern und Übernachtungsgästen belegen diese Deutung.¹⁵⁹

Man könnte daher zusammenfassend sagen, dass Wetzlar nach seiner erstmaligen Konstituierung als touristisches Ziel im frühen 20. Jahrhundert und nach seiner Rekonstituierung in den ersten Jahren nach dem Zweiten Weltkrieg in einen langen touristischen Dämmer-schlaf fiel, den auch kleinere Wachstumsbewegungen oder touristische Werbemaßnahmen kaum zu unterbrechen vermochten. In der öffentlichen Wahrnehmung war die touristische Entwicklung ein Randthema. Symbolischen Ausdruck fand dieser Dämmerzustand nicht zuletzt in der peripheren Lage des städtischen Verkehrsamtes.

Das Verkehrsamt lag bis 1981 auf einer Hauptverkehrsstraße *zwischen* Bahnhof und Altstadt, „sehr beengt und unvorteilhaft“ untergebracht in einer Ladenzeile (vgl. Magistrat 1957, 592). Dieser Standort war aus touristischer Sicht sehr ungünstig. Da sich die meisten der angepriesenen Wetzlarer Sehenswürdigkeiten im Bereich der heute so genannten Altstadt befanden, musste als Anlaufstelle auf dem Domplatz bei Bedarf die dort befindliche Polizeihauptwache einspringen. Das Verkehrsamt beantwortete z.B. die Anfrage einer Touristengruppe im Mai 1960 mit folgendem Hinweis: „Sie wollen sich bitte an dem ge-

159 Die Zahl der jährlichen Besucher des Lottehauses schwankte zwischen 2.400 (1952), 5.300 (1959), 3.200 (1964), 2.200 (1969) und 4.200 (1975); die Zahl der jährlichen Jerusalemzimmer-Besucher zwischen 595 (1962), 968 (1965), 731 (1969), 961 (1974) und 520 (1976); und die Zahl der Sommerhalbjahrs-Übernachtungsgäste zwischen 22.600 (1960), 18.600 (1971) und 20.000 (1975); vgl. Magistrat 1975, 110 u. 123; Magistrat 1980, 195 u. 212.

nannten Tag bei Ihrer Ankunft auf der Polizeihauptwache, die sich am Domplatz befindet, mit dem wachhabenden Polizisten in Verbindung setzen, der den Fremdenführer benachrichtigen wird“ (ebd.). Erst 1981 zog das Verkehrsamt selbst an den Domplatz, wo es schon in den 1930er Jahren seinen Sitz gehabt hatte.

Der Tourismus wurde in der Nachkriegszeit auch deshalb nur stiefmütterlich behandelt, weil längst ein anderer Themenkomplex im Fokus der städtischen Aufmerksamkeit stand, der die lokalen Diskurse noch bis Ende der 1970er Jahre bestimmen sollte: *Industrie und Wachstum*. Durch den Zuzug Tausender von Heimatvertriebenen und Flüchtlingen nach Kriegsende wuchs die Einwohnerzahl Wetzlars von 19.000 im Jahre 1938 rasant auf über 30.000 im Jahre 1952 (vgl. Jung 1998, 19). Begleitet und gefördert wurde diese Entwicklung durch den kräftigen Ausbau der kaum zerstörten Industrieanlagen, in denen auch viele Neu-Wetzlarer Arbeit fanden. Mit seiner Mischung aus Schwerindustrie (vor allem: Buderus) und optisch-feinmechanischer Industrie (vor allem: Leitz-Werke, Hensoldt) wurde Wetzlar zu einem der industriellen Zentren Hessens. Das Industriewachstum bewirkte einen ungeahnten Aufschwung der Wetzlarer Wirtschaft. Das Siedlungsgebiet der aufstrebenden Stadt breitete sich in alle Himmelsrichtungen aus.

Die Bedeutung der Industrie für Wetzlar lässt sich bis in das städtische Kulturleben hinein verfolgen: Die heute so genannten „Wetzlarer Festspiele“ (Konzerte, Oper, Ballet, Theater), die seit 1953 allsommerlich auf der Freiluftbühne im „Rosengärtchen“ veranstaltet werden, wurden bis 1983 maßgeblich von der lokalen Industrie gesponsert. Folgerichtig hießen sie bis dahin „Industrie-Festspiele“.

Industrie und relationaler Stadtraum als Besuchsanreiz?

Auch in der langen, touristisch schwachen Phase bis 1980 gab das Wetzlarer Verkehrsamt regelmäßig touristische Prospekte und Stadtführer heraus.¹⁶⁰ Wurde anfangs noch auf alte Vorkriegsprospekte zurückgegriffen, konnte schon 1953 erst mit einer neuen vierseitigen Werbeschrift (3.000 Exemplare) und dann mit einem neuen zwölfseitigen Prospekt (10.000 Exemplare), der bereits 1955 neu aufgelegt wurde, geworben und informiert werden. Ab 1957 standen auch Prospekte in englischer und französischer Sprache zur Verfügung, die 1967 und 1969 neu aufge-

160 ... die teilweise vom Verkehrsamt selbst, teilweise aber auch von Mitgliedern des Wetzlarer Geschichtsvereins, dem Leiter der Museen oder unter tätiger Mithilfe anderer interessierter und engagierter Bürger verfasst und zusammengestellt wurden.

legt wurden.¹⁶¹ 1961 wurde ein neuer Stadtführer gedruckt. Die Nachfrage nach Stadtprospekten stieg langsam, aber kontinuierlich (vgl. Magistrat 1975, 122). In den 1960er Jahren wurden erstmalig Glanzpapier und farbige Umschlagfotos verwendet; seit 1972 sind in den immer aufwändiger gestalteten Prospekten ausschließlich Farbfotos zu sehen. Als empirisches Material geben diese Unterlagen Aufschluss über die kommunikativen Formen, die für die touristische Entwicklung in den Nachkriegsjahrzehnten charakteristisch waren.¹⁶²

Vor dem Hintergrund des schon Anfang des Jahrhunderts gelegten ortssemantischen Fundaments fällt bei der Mehrheit der touristischen Prospekte und Broschüren sofort eine entscheidende Veränderung auf: Die gegenwärtige *Industrie* wird besonders herausgehoben und tritt als wichtiges touristisches Thema neben die bisher zentralen Elemente *Geschichte*, *Goethe* und *Umland (Natur)*.

Wie beschrieben, wurden die industrielle Entwicklung Wetzlars und seine modernen Industrieanlagen auch schon in einigen Prospekten und Führern in der touristischen Grundlegungsphase erwähnt. Doch dies war nur dann der Fall, wenn auch gleichzeitig für Zuzüge und Gewerbeansiedlungen geworben wurde. Mit der immer eindeutiger werdenden touristischen Ausrichtung der Materialien wurde das Thema Industrie in den 1920er und 1930er Jahren offensichtlich zunehmend als ungeeignet empfunden und klar zugunsten der Darstellung der „alten Goestadt an der Lahn“ abgewertet. Diese Entwicklung verkehrt sich nach dem Zweiten Weltkrieg in ihr genaues Gegenteil. Auch in den Prospekten, die sich zweifelsfrei und primär an Touristen und Tagungsgäste wenden (z.B. 1953, 1972, 1978), wird die industrielle Gegenwart nun ostentativ präsentiert, in der Breite ihrer Produktpalette teilweise detailliert beschrieben und voller Stolz als Ausdruck von Wohlstand und Wachstumsdynamik gepriesen.

Die neue touristische Präsentationsform entsteht als semantische Verknüpfung des frühen stadttouristischen Diskurses und des städtischen Wachstumsdiskurses der Nachkriegszeit. So wird die frühere Tourismus-

161 Hintergrund der Erstellung eines englischen und eines französischen Prospektes war keine allgemein angelegte Werbung um englische und französische Städtetouristen gewesen, sondern die zunächst angestrebten und dann bald abgeschlossenen Städtepartnerschaften mit dem französischen Avignon (seit 1960) und dem englischen Colchester (seit 1969), die fortan regelmäßig Besuchergruppen aus diesen zwei Städten nach Wetzlar führten.

162 Grundlage der Rekonstruktion des Wetzlartourismus zwischen 1945 und 1980 waren Reiseführer, Broschüren und Prospekte aus den Jahren: 1953, 1956, 1963, 1967 (2x), 1972, 1973, 1975, 1976, 1977, 1978, 1979; siehe Literaturverzeichnis.

semantik auch in den neueren Prospekten der Form nach fast identisch reproduziert, wenn auch inhaltlich teilweise modifiziert und modernisiert. Schon auf den Umschlägen vieler Prospekte findet man das ‚klassische‘ (oder ein nur wenig verändertes) Vier-Elemente-Bild (Dom, alter Stadtkern, Lahnbrücke, Lahn). Auch in der sonstigen (bildlichen und textlichen) Darstellung lässt sich das etablierte inhaltliche Spektrum von Dom, Reichsstadt, mittelalterlichen Marktplätzen und Gebäuden über Reichskammergerichtszeit, Goethe/Werther, Museen bis zu den Umland- und Ausflugsthemen nachweisen. Im Vergleich zu älteren Prospekten fällt lediglich ein gewisser Bedeutungsverlust des Doms, der Reichskammergerichtszeit und der Umlandthematik auf. Hinzu tritt nun die Darstellung der Wetzlarer Industrie und ihrer Geschichte, die sich keineswegs auf die weltweite Bedeutung ausgewählter Produkte der optisch-feinmechanischen Industrie (Leica-Kamera, Mikroskope) beschränkt, sondern im Gegenteil gerade auch die Stahl- und Schwerindustrie samt ihrer Produkte besonders herausstellt. Ein Beispiel für diese Kombination stellt der Umschlag des Prospektes von 1953 dar (s. Abb. 11).



Abb. 11: Wetzlar-Prospekt 1953

Auf diese Weise kommt es in der touristischen Präsentation zu einer relationalen, Heterogenität betonenden Stadtkonstruktion, die auf einer neuen *Dichotomie* basiert. Die ältere, beidseitig historisierte Leitunterscheidung Stadt/Umland wird in den Hintergrund gedrängt und von der nun dominanten Leitunterscheidung Vergangenheit/Gegenwart abgelöst: Durch die Verknüpfung von Dom, Stadtgeschichte, Goethe, Umland *und* Industrie wird Wetzlar als eine Stadt mit „denkwürdiger Vergangenheit und aufwärtsstrebender Gegenwart“ präsentiert. Die Darstellung der Prospekte in den 1970er Jahren folgt strikt diesem dichotomen Muster:¹⁶³ Nach dem Überblick über „die alte Reichsstadt“ (Schieferdächer, Dom, Reichsstadtgeschichte, Reichskammergerichtszeit, Goethe) folgt ein thematischer Überblick über „die Industriestadt“. Hieran schließt sich ein erneuter Zweischritt an: Auf der einen Seite der „Zauber des Alten“ (mit der Beschreibung von Sehenswürdigkeiten wie den Gassen und Fachwerkhäusern der „Innenstadt“, dem Lotte- und Jerusalemhaus), auf der anderen Seite die (aus der Reichsstadttradition und der Industrie sowie dem mit ihr verbundenen Handel abgeleitete) „Weltoffenheit“ der Wetzlarer Bevölkerung. Zum Abschluss folgen noch Ausführungen über „Kultur“ (Dom, Domkonzerte, Industriefestspiele) und die „Paradiesische Gegend“ (städtische Grünflächen, Ausflugsziele, Aussichts- und Naherholungsmöglichkeiten).

Die derart konstruierten Gegensätze zwischen Alt und Neu werden in einem neuen heterogenisierenden Rahmen – der „Stadt der harmonischen Kontraste“ (erstmalig: 1953) – zusammengeführt. Möglich wird diese „harmonische“ Integration von Vergangenheit und Gegenwart durch eine zweifache ortsemantische Veränderung. Erstens wird der vorgängige Stadtbehälter, also das, was im frühen touristischen Kontext als Stadt bezeichnet wurde, stark erweitert. Während sich die Darstellung der Stadt in der touristischen Entwicklung bis zum Zweiten Weltkrieg zunehmend auf die alte Kernstadt verengte, umfasst sie nun umgekehrt das ganze Stadtgebiet.¹⁶⁴ Diese territoriale Vergrößerung der Stadt (des Tourismus) schlägt sich nicht nur optisch auf den in den Broschüren verwendeten Fotos und Skizzen, sondern auch in der Beschreibung der in manchen Broschüren abgedruckten touristischen Rundwege nie-

163 Vgl. exemplarisch die Prospekte von 1972 und 1978.

164 Exemplarisch verdeutlicht dies der hier nicht abbildbare photographische „Panoramablick“ in den Prospekten von 1972 und 1978. Dieser Blick beschränkt sich nicht auf den mittelalterlichen Stadtbereich bzw. auf die bis dato übliche Zweiteilung von mittelalterlicher Stadt und Umland. Von der Burgruine Kalsmunt aus erstreckt er sich vielmehr über „Alt-Wetzlar“, das neue, stark industrialisierte Wetzlar, die Autobahnen und Hochspannungsleitungen bis in die Ferne des mittelgebirgigen Umlandes.

der. In den ansonsten eindeutig historisch orientierten Beschreibungen werden die Wetzlarer Industrie und ihre Bauten zwar nicht als touristische Sehenswürdigkeit im engeren Sinne behandelt. Doch an mehreren Stellen wird deutlich und positiv auf sie verwiesen:¹⁶⁵ „Vom Buderusplatz gelangt man [...] geradeaus zu den Anlagen der Schwerindustrie [...] Vor uns am Fuße des Kalsmunt erheben sich die Hochbauten der Leitz-Werke [...] Das Haus [...] in dem im Jahre 1849 der junge Carl Kellner seine erste optische Werkstatt einrichtete. Hier stehen wir also vor dem Geburtshaus der Wetzlarer optisch-feinmechanischen Industrie“ (1963, 31f.).

Zweitens wird diese flächenräumliche Erweiterung der Stadt stärker als zuvor von einer relationalen Raumkonstruktion überlagert. Die „harmonische“ Integration von Vergangenheit und Gegenwart in der „Stadt der Kontraste“ gelingt durch die Verknüpfung ihrer im (erweiterten) Stadtraum verorteten (territorial getrennten) Repräsentanten – hier das alte Zentrum der Stadt (mit den historischen Themen) und dort, um dieses Zentrum herum und vor allem jenseits der Lahn, die städtische Industrie, die neuen Wohnbauviertel und Einzelhandelsstraßen der Stadt, ihre Hochhäuser, Autobahnen usw. Die alte Lahnbrücke, zuvor das Symbol der Verbindung von Stadt und Umland, erhält dabei eine neue Bedeutung: Sie überbrückt und verbindet nun Alt und Neu, d.h. die „alte (Reichs-)Stadt“ und die „moderne (Industrie-)Stadt“. Im Gegensatz zur Vorkriegsentwicklung, in der eine vergleichbare relationale Raumkonstruktion primär der Unsichtbarmachung der Industrie und der Stärkung der „alten Goethestadt an der Lahn“ diene, wird die territorial relationierte Symbolik von Alt und Neu nun zu einem zentralen Merkmal des touristischen Stadtraums.

Zu den Folgen dieser thematischen und räumlichen Erweiterung gehört, dass gerade durch die Betonung der Industrie und ihre territoriale Kontrastierung mit der „alten Stadt“ der bisherige semantische Fixpunkt „Goethestadt“ verloren geht. Mit der geschichtlichen Dominanz der früheren Präsentationsform wird auch das Leitthema „Goethe“ aufgegeben. Folgerichtig künden die Titel der Broschüren und Reiseführer nur noch von „Wetzlar“; in ihren Texten zerfällt die vormalige „Goethestadt“ in die erwähnten Segmente „Industriestadt“ (oder gar „Industriezentrum“, s. 1953, oder „industrielles Herz Hessens“, s. 1963) und „alte Reichsstadt“ (oder korrekt: „ehemalige Reichsstadt“). Die Darstellung selbst ist dann nicht nur kontrastiv, sondern oft einfach additiv.

165 In den ersten touristischen Rundgang-Beschreibungen der Reiseführer aus den Jahren 1903 und 1911 kamen die Industrie oder ihre Ursprünge nicht mit einem Wort vor.

Folgt man der Annahme, dass im Städtetourismus kompakte, den territorialen Zusammenhang und Einheitlichkeit betonende Konstruktionsweisen von Stadt von besonderer Bedeutung sind – weil sie stärker auf touristische, d.h. körperfundierte, Wahrnehmung Rücksicht nehmen als relationale Raumkonstruktionen –,¹⁶⁶ dann verwundern die skizzierten Veränderungen der touristischen Ortssemantik Wetzlars zwischen 1951 und 1980. Gerade aus heutiger Sicht erscheint die Schwächung der zuvor bereits stark fokussierten Kernstadt durch räumliche Vergrößerung sowie Überlagerung durch eine nun dominante Relationalraumkonstruktion etwas eigenartig. Folgende drei, miteinander zusammenhängende, Erklärungsversuche lassen die skizzierten Veränderungen der touristischen Ortssemantik allerdings nicht ganz so überraschend erscheinen.

Erstens war Wetzlar in dieser Phase noch kein wirklich etabliertes touristisches Reiseziel. Nach ‚außen‘ war zwar ein touristisches Image, wie uneindeutig und mehrfach codiert auch immer, schon vorhanden, doch seine Attraktivität war noch vergleichsweise bescheiden. Nach ‚innen‘ hatte sich die Ortssemantik der „alten Gothestadt an der Lahn“ auch noch nicht genügend verfestigt. Dies wird im Vergleich mit bekannteren, zu dieser Zeit schon ungleich stärker etablierten touristischen Zielen deutlich. Touristische Städte wie Heidelberg oder Rothenburg ob der Tauber (bzw. deren Verkehrsämter) behielten nach dem Krieg die semantischen Rahmen ihrer touristischen Präsentationen („Stadt der Romantik“ bzw. „mittelalterliche Stadt“) unverändert bei. Wetzlar dagegen befand sich noch auf der Suche. Die fehlende einheitliche Linie der Selbstpräsentation ist auch daran ersichtlich, dass *zwischen* der ersten Erweiterung der Prospekte um das Industriethema in den 1950er Jahren und der sehr dichotomen Präsentationsform von Industriestadt versus ehemaliger Reichsstadt in den 1970er Jahren in den 1960er Jahren auch noch einmal verschiedene Prospekte und Broschüren aufgelegt wurden, versuchsweise sozusagen, die inhaltlich eher eine Neuauflage der Prospekte aus den 1920/30er Jahren darstellten. Sie sparten das Industriethema entweder vollkommen aus oder behandelten es nur nebensächlich; stattdessen begnügten sie sich mit den klassischen Themen Geschichte, Goethe und Umland.¹⁶⁷ Nach der ersten Nachkriegs-Reorientierung zeigt sich in dem raschen Wechsel der Prospektkonzeptionen damit insgesamt eine gewisse Konzeptionslosigkeit und Desorientierung.

166 Siehe das Unterkapitel *Verdinglichung und Verortung* des Kapitels *Städte des Tourismus und Städtetouristen*.

167 Siehe z.B. den Prospekt von 1967 sowie die Broschüren von 1963 und 1967a.

Zweitens wurde offensichtlich versucht, auf den bis dato nur sehr begrenzten Tourismus dadurch zu reagieren, dass neue Besuchsanziehe formuliert wurden. Auf der Suche nach möglichen neuen Attraktionen, die die lahrende touristische Entwicklung ankurbeln könnten, lag die Entscheidung, mit Industrie bzw. Modernität zu werben, vor dem Hintergrund ihrer Sichtbarkeit und des lokal dominanten Wachstums- und Industriediskurses nahe. Aus touristischer Sicht jedoch war diese Wahl, wie das Ausbleiben des erhofften Wachstumsimpulses dokumentiert, eine unglückliche Entscheidung. Neben der semantischen Abschwächung der ‚klassischen‘ historisierenden Themen Dom, Goethe, Reichskammergericht führte sie zur Stärkung der für das touristische Erleben weniger geeigneten relationalen Konstruktion des Stadtraums.

Und drittens war die Arbeit des Verkehrsamtes in der betreffenden Phase in touristischer Hinsicht noch nicht sehr professionell organisiert. Personell schwach besetzt und zudem auch mit verschiedenen nicht-touristischen Aufgaben betraut, produzierten die touristisch nicht geschulten oder erfahrenen Mitarbeiter daher fast zwangsläufig verschiedene ‚Fehler‘. Dazu gehören sowohl die Uneinheitlichkeit und der häufige Wechsel der Präsentationsform als auch die Entscheidung, um touristische Besucher mit der Industrie, und hier sogar nicht nur mit den bekannten Produkten der optisch-feinmechanischen, sondern auch mit der Wetzlarer Eisen- und Stahlindustrie zu werben. Auf fehlende Professionalität ist auch zurückzuführen, wenn von der „alten Reichsstadt“ (und nicht von der „ehemaligen Reichsstadt“) die Rede ist oder wenn in den Prospekten und Broschüren die Betonung der Naturschönheiten Wetzlars und seines Umlandes mit unmittelbar benachbarten Bildern der unter Dampf stehenden Industrie garniert wird, wenn also z.B. rauchende Fabriksschlote neben der Formulierung „landschaftliche Schönheit“ abgebildet werden.¹⁶⁸ Ebenso unprofessionell und touristisch unerfahren ist es, wenn die allgemeinen euphorischen Wachstumsdiskurse der Stadt kaum verändert in den touristischen Kontext übernommen werden, um dort als Bestandteil einer territorial relationierenden Präsentation der Gleichzeitigkeit von Moderne (d.h. vor allem: Industrie) und Tradition (Reichsstadt, Goethe) großstädtische Assoziationen von Heterogenität zu wecken, die der touristischen Erfahrung kaum standhalten konnten.

168 Siehe als ein Beispiel von vielen die letzte Seite des Prospektes von 1953.

Übergangsphase

Das Ende der touristisch nur schwachen Nachkriegsphase markieren vier Entwicklungen und Ereignisse, die die Stadt und ihr Verkehrsamt aus ihrem langen touristischen Dämmer Schlaf wachzurütteln halfen.

(1) Sanierungsmaßnahme

Fast alle der heute als Fachwerkhäuser in Wetzlar zu besichtigenden Bauten waren bis Ende der 1960er Jahre verputzt und daher nicht als solche zu erkennen. Nur wenige einzelne Gebäude waren bereits Anfang des 20. Jahrhunderts vom Putz freigelegt und saniert worden (z.B. das Jerusalemhaus am Schillerplatz). Das Erscheinungsbild der großen Mehrheit hingegen änderte sich erst allmählich mit der in den 1960er Jahren einsetzenden Altstadtsanierung. Sie ist vor dem Hintergrund der allgemeinen Aufwertung des Denkmalschutzes und einer bis in die Gegenwart reichenden größeren „Sanierungsmaßnahme“ zu sehen.

Der Denkmalschutz hat in Hessen eine lange Tradition. Bereits 1902 erließ das Großherzogtum Hessen ein Denkmalschutzgesetz, das erste moderne Denkmalschutzgesetz Deutschlands. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde in Artikel 62 der Hessischen Verfassung aufgenommen, dass Staat und Kommunen verpflichtet sind, die Denkmäler der Kunst, der Geschichte und Kultur zu schützen und zu pflegen und die entsprechenden gesetzlichen Voraussetzungen zu schaffen. Die Konkretisierung dieses verfassungsmäßigen Auftrages erfolgte allerdings erst 1974 mit dem Inkrafttreten des Hessischen Denkmalschutzgesetzes, also drei Jahre nach dem Inkrafttreten des für den Erhalt und die Revitalisierung der vom Verfall bedrohten Zentren zahlreicher westdeutscher Klein- und Mittelstädte so bedeutsamen Städtebauförderungsgesetzes. Mit diesem Gesetz hatte der Gesetzgeber auf verschiedene Protestbewegungen reagiert, die auf den Erhalt von bezahlbarem, innerstädtischem Wohnraum und den Schutz vor drohendem Abriss zielten. Daher war als Neuerung – neben dem Schutz von Einzeldenkmälern – erstmals der *Ensemble-schutz* formuliert worden. Schon ein Jahr darauf, 1975, lenkte auch das Europäische Denkmalschutzjahr die Aufmerksamkeit der Stadtentwickler und Stadtplaner auf die Themen Denkmalschutz und Denkmalpflege. Seit 1974 findet in Hessen einmal jährlich der Tag der Hessischen Denkmalpflege statt.

Diese Aufwertung von Denkmalschutz und Denkmalpflege sowie die neu geschaffene Möglichkeit des gebietsbezogenen, d.h. flächenräumlichen, Ensembleschutzes verstärkten die in Wetzlar Ende der 1960er Jahre begonnene Suche nach längerfristig gangbaren Wegen der Stadtsanierung und Stadterneuerung. Während sich die ersten Sanie-

rungsbemühungen in den 1960er Jahren noch weitgehend in Gebäudeabbrissen und Neubauten erschöpft hatten, änderte sich diese Praxis bald. Nach einer entsprechenden Bewerbung im Jahre 1968 wurde die Stadt 1969 in das Bund-Länder-Programm „Studien und Modellvorhaben zur Erneuerung von Städten und Dörfern“ aufgenommen.¹⁶⁹ Die Aufnahme war mit der Bewilligung von finanziellen Zuschüssen für die Durchführung einer Bestandsaufnahme und Untersuchung zum Sanierungs- und Erhaltungsbedarf verbunden, die in den Folgejahren von der Nassauischen Heimstätte GmbH, Frankfurt am Main, durchgeführt wurde. Das Untersuchungsergebnis stellte die Grundlage der „förmlichen Festlegung des Sanierungsgebietes“ (nach §5 Städtebauförderungsgesetz) durch die Stadtverordnetenversammlung dar, die nach Genehmigung des Regierungspräsidenten 1972 rechtsverbindlich wurde. Das Sanierungsgebiet besteht bis heute aus drei Teilbereichen, zu denen neben der Altstadt auch die Gebiete der sog. Neustadt und Langgasse gehören. Für alle drei Gebiete erarbeiteten verschiedene Architektur- und Planungsbüros bis 1974 detaillierte Sanierungs-, Bebauungs- und Modernisierungspläne. Bei der Durchsicht dieser Expertengutachten, der alten sanierungsbezogenen kommunalen Beschlussvorlagen sowie der kommunalen Rahmenpläne fällt auf, dass an keiner Stelle von der Förderung des Städte- tourismus die Rede ist. Diese Noch-Nicht-Existenz des Tourismus in der Wetzlarer Stadtplanung der 1970er Jahre bestätigen auch die interviewten Experten (Oberbürgermeister, Planungsamtmitarbeiter).

Die Sanierungs-Rahmenpläne sind seit 1974 in mehreren Stufen umgesetzt worden. Die „Sanierungsmaßnahme Altstadt – Neustadt – Langgasse“ umfasste die fachliche Beratung des Stadtbildpflegers bei der Renovierung von Privathäusern (Freilegung von Fachwerk, Farbgebung, Erneuerung und Ergänzung zerstörter Schmuckdetails an Hausfasaden usw.), den städtischen Grundstückserwerb zur Gebäudesanierung mit Hilfe von Städtebauförderungsmitteln, die Reprivatisierung von Wohngebäuden mit entsprechenden Sanierungs- und Modernisierungsaufgaben, Gebäudeabbrüche und damit verbundene „Familienumsetzungen“ sowie, in den 1980er Jahren, den historisierenden Neubau (z.B. Kornmarktzeile). In der Altstadt, dem größten der drei Sanierungsgebiete, wurden die Sanierungsmaßnahmen 1974 durch die Schaffung einer Fußgängerzone ergänzt, die der „Strukturverbesserung für den Wohnbereich und den Einzelhandel“ dienen sollte. Wie die Sanierungsmaßnahmen zielten auch Einrichtung und Ausbau der Fußgängerzone im Zentrum der Altstadt nicht absichtlich auf die Steigerung der touristischen Attraktivität Wetzlars.

169 Vgl. hier und im Folgenden: Magistrat 1975, 251ff.

(2) Hessentag

1975 richtete Wetzlar mit großem Erfolg den 15. Hessentag aus.¹⁷⁰ Die Stadt hatte sich herausgeputzt und wurde in der überregionalen Presse und von vielen Gästen dankbar und als sehr sehenswert gelobt (vgl. Magistrat 1975, 321ff.). Großes Interesse fand insbesondere die mit viel Blumenschmuck verzierte Altstadt, in der die ersten Ergebnisse der Altstadtsanierung zu besichtigen waren. Mit ihrer relativ großzügigen finanziellen Unterstützung der privaten Gebäudesanierung im Vorfeld des Hessentags hatte die Stadt allein 1974/75 ca. 16 Hausbesitzer zur Restaurierung ihrer Gebäude und zur Fassadenverschönerung motivieren können. Zu den bleibenden städtebaulichen Maßnahmen im Vorfeld des Hessentages gehörte auch die Erweiterung und damit Schließung des die Altstadtmauer umgebenden Grünzuges (Colchesteranlage, Rosengärtchen, Große Promenade, Avignonanlage). Im Interview betonte der damalige Oberbürgermeister, dass vielen Wetzlarern durch den Hessentag und den durch ihn hervorgerufenen überregionalen Zuspruch erstmalig das touristische Potential ihrer Stadt – und hier vor allem der Altstadt – bewusst geworden sei. Allerdings war die Aufnahme des Hessentages durch die Wetzlarer Bevölkerung, wie entsprechende Äußerungen in der damaligen Lokalpresse erkennen lassen, auch von Skepsis begleitet. Die gemischten Gefühle resultierten aus dem sich abzeichnenden Übergang Wetzlars in die geplante Lahnstadt.

(3) Lahnstadt

Die im Rahmen der Gebietsreformen der 1970er Jahre am 1.1.1977 durchgeführte Vereinigung der Nachbarstädte Wetzlar und Gießen sowie 14 kleinerer Umlandgemeinden zur so genannten Lahnstadt wurde bereits am 31.7.1979 nach heftigen Bürgerprotesten wieder aufgelöst. Nach dieser kurzen, aber sehr kontroversen Episode war Wetzlar, dank der Eingemeindung vieler Umlandgemeinden, deutlich auf eine Größe von nun rund 54.000 Einwohnern gewachsen. Die Auseinandersetzungen um das administrative Konstrukt der Lahnstadt bewirkten außerdem

170 Den jährlich stattfindenden und jedes Jahr von einer anderen hessischen Gemeinde ausgerichteten Hessentag hatte 1961 der frühere Ministerpräsident Georg August Zinn (SPD) ins Leben gerufen. Er sollte dem von den Alliierten künstlich geschaffenen Bundesland Hessen zu einem Landesbewusstsein verhelfen und die gut 750.000 Flüchtlinge integrieren helfen. Inzwischen hat sich der Hessentag vom Integrationsfest zum etablierten mehrwöchigen Landesfest gewandelt, das für die ausrichtenden Gemeinden nicht zuletzt als Möglichkeit des überregionalen Standortmarketings und als Impulsgeber für Investitionen, Freizeitangebote und Tourismus attraktiv ist.

eine diskursive Neubesinnung und Betonung der eigenen, lokalen Identität.

(4) *Reichsstadt-Jubiläum*

Auf fruchtbaren Boden fielen daher auch die Feierlichkeiten des Jahres 1980 aus Anlass der erstmaligen Erwähnung Wetzlars als Reichsstadt vor 800 Jahren. Die verschiedenen, über das Jahr verteilten Einzelveranstaltungen erinnerten nicht nur touristische Besucher, sondern auch viele Wetzlarer Bürger an das historische Erbe der Stadt – und damit, zumindest indirekt, an ihre touristischen Möglichkeiten.

Touristisches Erwachen (1980 bis 1995)

In der Entwicklung des Wetzlartourismus bis zu seiner heutigen Form stellen die Jahre zwischen 1980 und 1995 einen entscheidenden Zwischenschritt dar. In dieser Zeitspanne expandierte der Wetzlartourismus deutlich. Im Vergleich mit 1980 verdoppelte sich die Zahl der jährlichen Übernachtungsgäste bis 1995 (von unter 60.000 auf knapp 120.000), die Zahl der Stadtführungen wuchs sogar auf mehr als das Sechsfache (von ca. 70 auf ca. 450). Außerdem kamen neue Übernachtungsmöglichkeiten und neue Sehenswürdigkeiten hinzu. Diese Veränderungen gingen mit der zunehmenden Anerkennung des touristischen Potentials der Stadt einher. Nicht nur Verkehrsamtsmitarbeiter und Touristen, sondern auch Stadtpolitiker, Bürger, Reiseunternehmen und andere Organisationen wie lokale Vereine beobachteten und verstanden Wetzlar, teilweise erstmals, (auch) als touristisches Reiseziel. Entsprechende Werbetafeln an den Wetzlarer Autobahnausfahrten wurden seit Ende der 1980er Jahre aufgestellt. Das kontextübergreifende touristische Erwachen Wetzlars lässt sich allerdings kaum als ein abruptes Aufwachen umschreiben. Es ähnelte eher einem allmählichen, sich über mehr als ein Jahrzehnt erstreckenden Bewusstwerdungsprozess. Dieser Prozess setzte zuerst im Verkehrsamt, dann in verschiedenen Vereinen, Betrieben und Reiseunternehmen und zuletzt in der Lokalpolitik ein. Zurückgeführt werden kann er auf ein ganzes Faktorenbündel. Maßgeblich war jedoch *eine* einschneidende Veränderung: die touristische Entdeckung der Altstadt.

Die Entdeckung der Altstadt

Deutlich zeitversetzt zu den städtisch-planerischen Diskursen über die drei Wetzlarer Sanierungsgebiete Altstadt, Neustadt und Langgasse in den späten 1960er und den 1970er Jahren ist seit den 1980er Jahren auch im touristischen Zusammenhang von der *Altstadt* die Rede. Legt man das Prospekt- und Reiseführermaterial der Nachkriegszeit zugrunde, vollzieht sich in den 1980er Jahren ein semantischer Wandel, der sich in Details zwar schon früher ankündigt, der aber erst jetzt an Geschwindigkeit gewinnt und dessen Ergebnisse sich erst seit Mitte der 1980er Jahre zunehmend verfestigen. Der Wandel besteht in der schrittweisen Etablierung der Altstadt als *dem* zentralen Thema und *der* Hauptattraktion des Wetzlartourismus.

Bis Ende der 1970er Jahre kam die Altstadt in den Unterlagen nicht, oder nur ausnahmsweise, vor. Stattdessen findet man Begrifflichkeiten wie „Innenstadt“, „alte (Reichs-)Stadt“, „Kernstadt“, „altertümlicher Kern“, „das alte Wetzlar“ oder schlicht „Stadt“ (bzw. „Wetzlar“). Ebenso deutlich fällt im Vergleich der Prospekte auf, dass die mit diesen Begriffen bezeichneten oder zusammengefassten Dinge und Sehenswürdigkeiten¹⁷¹ nicht an herausgehobener Stelle, sondern, dem beschriebenen dichotomen bzw. additiven Präsentationsmodus der 1950er bis 1970er Jahre entsprechend, als ein Thema unter anderen¹⁷² präsentiert wurden.

Im Rückblick zeigen sich erste Anzeichen einer Veränderung bereits Mitte der 1970er Jahre, als der in einigen Broschüren abgedruckte „Rundgang durch Wetzlar“, der Vorläufer des späteren „Altstadtrundwegs“, in der Reihenfolge der präsentierten Themen und Sehenswürdigkeiten erstmals nach vorne rückte. Bildete er zuvor, so er denn überhaupt Thema war, lediglich das letzte Kapitel oder den letzten Absatz, findet er sich in der in den 1970er Jahren dreimal aufgelegten Broschüre „Ein Stadtführer durch Wetzlar“ bereits an zweiter Stelle.¹⁷³ Auch die

171 I.e.: die „mittelalterlichen Marktplätze“; die „Straßen und Gassen mit romantischen Winkeln und Treppen“; das „schiefergraue Häusermeer“; der „Spaziergang durch die alte Stadt“; die „zierlichen Fachwerkhäuser mit reichem Balkenschmuck und altertümlichen Inschriften“, die das „Bild der Wetzlarer Innenstadt“ kennzeichneten.

172 Zu den sonstigen Themen gehörten üblicherweise: Wetzlars Lage; seine Reichskammergerichtsvergangenheit; die Neubauviertel und modernen Freizeitanlagen; die Industrie; Wetzlar als Goethe-Stadt; Wetzlar als Ausgangspunkt für Ausflüge ins Umland.

173 Nach dem Einleitungskapitel „Ein Blick in Wetzlars Stadtgeschichte“ und vor den Kapiteln „Der Wetzlarer Dom“, „Goethe in Wetzlar“, „Die städtischen Sammlungen“, „Palais Papius – ein fürstliches Haus“, „Auf

Neuaufgaben des schon vorgestellten, dichotom gegliederten Farbprospekts („Die alte Reichsstadt“ vs. „Die Industriestadt“; erstmals 1972) dokumentieren, wie die Altstadt langsam in den Vordergrund der Darstellung rückt. So wird dem Anfang des ersten Kapitels („Die alte Reichsstadt“) der Prospekte von 1972 und 1975¹⁷⁴ in der Neubearbeitung 1978 ein neuer erster Satz vorangestellt, mit dem erstmals der Begriff Altstadt auch an herausgehobener Stelle verwendet wird.¹⁷⁵ Mit dem langsamen Prominentwerden der Altstadt geht ein allmählicher Bedeutungsverlust der Industrie einher: Wird in dem Prospekt von 1978 der „alten Reichsstadt“ noch die „Industriestadt“ gegenübergestellt, so wird das entsprechende Kapitel in der veränderten, jetzt dreisprachigen Neuaufgabe von 1981 nur noch „moderne Stadt“ überschrieben. Auf die Wetzlarer Industrie wird zwar noch bildlich und schriftlich eingegangen, doch die Betonung ihrer Besonderheit und ihre damit nahe gelegte touristische Sehenswürdigkeit nimmt unübersehbar ab. Erst 1984 jedoch wird ein grundlegend neu entworfener Prospekt veröffentlicht, der den Wandel nun auch konzeptionell konsequent vollzieht: Die ganze erste von sieben, mit vielen Farbfotos illustrierten, Doppelseiten ist ausschließlich der Altstadt, ihren Gebäuden, ihrer Geschichte und ihrem Flair gewidmet. Während die weiteren Abschnitte der Broschüre dann die Themen „Dom“, „Andere Kirchenbauten“, „Goethes Aufenthalt in Wetzlar“, „Museen“, „Stadtteile und Umland“, „Kulturelles Leben“, „Gastronomie“, „Stadtbesichtigung“ und „Freizeit“ behandeln, findet die Industrie nur noch auf der letzten Doppelseite – unter der Rubrik „Wirtschaft“ – Platz.

Die Rekonstruktion dieser Veränderungen erweist sich als Rekonstruktion der touristischen Geburt der Wetzlarer Altstadt. Es ist, als *entdeckten* die Prospektproduzenten, die Reiseführer (und mit ihnen die Touristen) in diesen Jahren die Altstadt als eigene Sehenswürdigkeit. Ruft man sich den Prospekt des Wetzlarer Verkehrsvereins und Bürgermeisteramtes aus dem Jahre 1926, in der der „Habitus der Altstadt“

dem Kalsmunt“, „Burgen und Schlösser ringsum“; siehe „Ein Stadtführer durch Wetzlar“ (1973, 1976, 1977).

- 174 Die ersten Sätze lauteten: „Ein Gewirr blaugrau schimmernder Schieferdächer mit hohen Giebeln vor dem heiteren Hintergrund sanft geschwungener Mittelgebirgshöhen, und in der Mitte der Koloß einer großen Kirche, die den Charakter einer Kathedrale besitzt. So bietet sich Wetzlar dem Beschauer [...] dar.“
- 175 Der neu vorangestellte erste Satz lautete: „Mittelalterliche Marktplätze, die steinerne Lahnbrücke, der Dom und die Altstadt prägen noch heute das Bild der ehemaligen Reichsstadt. Ein Gewirr blaugrau schimmernder [...]“

schon einmal (an-)gepriesen worden war, in Erinnerung,¹⁷⁶ handelt es sich streng genommen um eine Wieder-Entdeckung der Altstadt. Doch in der Prospektgeschichte des Wetzlartourismus stellte diese Publikation, wie beschrieben, bis in die späten 1970er Jahre hinein die absolute Ausnahme dar. Ganz offensichtlich war der alte Prospekt in Vergessenheit geraten und diente nicht mehr als Vorlage. So gewann die schriftliche Form der neuen Altstadt Darstellung ihre charakteristischen Konturen nicht über Nacht. Noch 1979 war davon die Rede, dass man auf dem „Weg durch die Stadt [...] in einigen Altstadtstraßen *hier und da* Fachwerkhäuser und auch stattliche Wohngebäude vornehmer Kammergerichtsfamilien“ sehen könne (1979; Hervorhebung AP). Erst in den 1980er Jahren, als die Altstadt zu einem regelmäßigen und herausgehobenen touristischen Topos geworden war, erweckte ihre Darstellung den Eindruck einer fast durchgehend historischen, da „weitgehend unbeschadet erhalten gebliebenen“ (1984) flächenräumlichen Einheit.

Konstruktivistisch interpretiert, kommt die Entdeckung der Altstadt durch den Tourismus sogar ihrer Erfindung gleich. Der Import von Begriffen wie Altstadt, Stadtmauer oder Fachwerkhäuser aus Kontexten wie der Denkmalschutzbewegung, der Wissenschaft oder der stadtplanerischen Sanierungsmaßnahme in den touristischen Kommunikationszusammenhang darf nicht darüber hinwegtäuschen, dass sich Ausrichtung und Logik dieser Kontexte grundlegend unterscheiden. Daher differiert die Altstadt der Denkmalschützer oder Stadtplaner in vielerlei Hinsicht von der Altstadt der Tourismusbroschüren oder Stadtführer.¹⁷⁷ Das Auftauchen der Altstadt in den touristischen Kommunikationen ist also nicht als mehr oder weniger automatische Sanierungsfolge oder Folge der allgemeinen Popularisierung des Altstadtkonzepts in den

176 Siehe das Unterkapitel *Touristische Grundlegung*.

177 Ein Beispiel: Während die touristische Altstadt-Kommunikation den Eindruck eines behälterähnlichen, flächenräumlich abgeschlossenen, kleinparzellierten, kaum zerstörten und daher durch und durch historischen Ensembles hervorruft, formuliert man im denkmalschützerischen Kontext wesentlich differenzierter, kritischer und damit touristisch unattraktiver: „Die Lücken, die auch hier die Altstadtsanierung der 60er Jahre des 20. Jahrhunderts geschlagen hat, wurden weitgehend mit kompromisslos modernen Gebäuden ausgefüllt, die durch ihre großen Volumina in vielen Fällen die im übrigen kleinteilige Struktur der Altstadtbebauung stören [...]. Selten wurden solche Baulücken mit historisierender Bebauung versehen.“ Lediglich die „Silhouette“ der im Krieg und in der Nachkriegszeit zu mehr als 20% zerstörten „Altstadt mit den dominanten Türmen der Stiftskirche und der mehrfach gestaffelten Dachlandschaft der barocken bürgerlichen Bauten zwischen dem Domplatz und der Lahn“ zeige „noch weitgehend unverändert den historischen Charakter der Stadt“ (Schneider/Weißmayer 2004, 97).

1970er Jahren zu verstehen, sondern als spezifische touristische Eigenleistung. Zwar mögen sich die an der touristischen Entwicklung direkt beteiligten Akteure (Verkehrsamtsmitarbeiter, Reiseleiter, Reiseführerautoren, Touristen) anfangs an der fortschreitenden Altstadtanierung in Wetzlar (und anderswo) orientiert haben oder durch sie motiviert worden sein, doch erst mit der *Kommunikation* der Altstadt im touristischen Rahmen konnte sie fester Bestandteil des Wetzlartourismus werden.

Dass die Altstadt in diesem Sinne eine spezifische Herstellungsleistung des Tourismus ist, belegt folgendes Zitat. Es zeigt außerdem, wie mit expliziten Deutungsangeboten und der wiederholten Kommunikation der Sanierungsfolgen versucht wird, touristische Attraktivität zu erzeugen: „Wetzlars *historische Altstadt* lädt ein zur Begegnung mit Zeugnissen vergangener Epochen. Hier haben die Zeiten, in denen Wetzlar Reichsstadt war (1180-1803), ihre Spuren am deutlichsten hinterlassen: mittelalterliche Marktplätze, enge Straßen, Gassen und Gässchen, steile Treppen und *romantische Winkel*, schiefergraue Dächer, *schmucke* Fachwerkhäuser mit *verzierten* Balken und Inschriften, *formschöne* Haustüren und dazu noch Brunnen, Stadtmauerreste, Tore und Türme, Kirchen und Brücken. In jüngster Zeit sind viele Häuser *fachgerecht restauriert* worden, beispielsweise am Fischmarkt, Schillerplatz, Eisenmarkt und Kornmarkt. Am Fischmarkt *erweckt* neben den Fachwerkhäusern das stattliche Haus an der Ecke zur Schwarzadlergasse *besondere Aufmerksamkeit*. Es diente viele Jahrhunderte der Stadt als Rathaus, bis es ab 1693 das Reichskammergericht beherbergte [...] Über steil ansteigende Gassen ist der Kornmarkt mit *renovierten* Fachwerkhäusern zu erreichen“ (1984; Hervorhebung AP). Gleichsam euphorisch über die gerade entdeckte Altstadt (und ihr touristisches Potential) wird wie hier auch in den anderen Prospekten der 1980er Jahre wiederholt von der *historischen Altstadt* gesprochen (eine pleonastische Form, die sich in manchen Broschüren und auf den Ende der 1980er Jahre erstmals aufgestellten Autobahnhinweisschildern noch bis heute hält), von den *steilen Gassen* oder *Treppen* (mit diesem Hinweis auf topographische Verhältnisse wird die Wetzlarer Altstadt von vielen anderen Altstädten unterscheidbar gehalten) oder von der *fachgerechten Restaurierung* (eine Formulierung, die seit der erfolgreichen touristischen Etablierung der Altstadt kaum noch zu finden ist).

Seinen vorläufigen Abschluss findet der Prozess der touristischen Entdeckung der Altstadt gegen Ende der 1980er Jahre mit der erstmaligen Publikation des für Touristen erstellten Faltprospektes „Historischer Rundweg in der Altstadt“. Der Prospekt enthält neben einer Kurzbeschreibung der Wetzlarer Altstadt, verschiedenen Farbfotos und der detaillierten Beschreibung von 36 „bemerkenswerten Bauwerken in Wetz-

Altstadt und Heritage Tourism

Nach der räumlich-thematischen Erweiterung des Wetzlartourismus in der Nachkriegszeit durch Einbeziehung und Verortung der Industrie bewirken die Entdeckung und der Bedeutungsgewinn der Altstadt das Gegenteil: eine ortssemantische Engführung. Nicht mehr das ganze Stadtgebiet einschließlich Umland ist Gegenstand und thematischer Rahmen des Tourismus, sondern vor allem anderen die Altstadt. Statt des zuvor präferierten relationalen Raumkonzepts, tritt nun ganz deutlich ein kompaktes Flächen- bzw. Behälterraumkonzept in den Vordergrund. Die Stadt wird auf die Altstadt reduziert, diese Altstadt wird zur (historischen) Stadt.

Eng mit dem Bedeutungsgewinn der Altstadt geht die Aufwertung der Wetzlarer Vergangenheit einher. Nicht mehr Vergangenheit *und* Gegenwart werden thematisiert; vielmehr wird der touristische Blick mit der Brille Altstadt wieder vorrangig zurück gerichtet, etwa „auf die Zeit des Reichskammergerichts, die für Wetzlar wirtschaftlichen Aufschwung und überregionalen Bedeutungszuwachs mit sich brachte und in der im mittelalterlichen Stadtbereich und an seinen Rändern eine Reihe repräsentativer Barockbauten entstanden, in denen die Kameralen fürstlich hausten“ (Prospekt 1990). Neben der Wiederbelebung der klassischen Themen Goethe und Dom¹⁷⁹ werden erstmals auch andere historische oder historisch konnotierte Themen touristisch relevant: Kopfsteinpflaster-Straßenbelag, Gauben und Dachformen, Hausbauweisen (Fachwerk, gotische Steinmauern, Erker, Ornamente und Verzierungen) oder mittelalterliche Platzarchitektur und Gassenführung.

Vor dem Hintergrund der ursprünglichen Konstituierung der touristischen Destination Wetzlar kommt die Karriere der Altstadtsemantik einer weiteren Fokussierung und damit Bestätigung des originären Vier-Elemente-Bildes (Dom, „Alt-Wetzlar“, Lahn, mittelalterliche Lahnbrücke) gleich. Nach der Transformation der Werthersemantik an der Wende zum 20. Jahrhundert, mit der die Erinnerungen an Goethe und seinen Roman erstmals stärker *in* Wetzlar (und nicht schwerpunktmäßig in seinem Umland) verortet worden waren, und nach der zunehmenden Verfestigung des touristischen Wetzlar-Bildes im 19. und frühen 20. Jahrhundert war der touristische Blick bereits auf die Straßen, Gassen, Plätze, Häuser, historischen Ereignisse und auf eine Grenze (Lahn) des Stadtgebietes gelenkt, das heute mit dem Begriff der Altstadt umschrie-

179 Es werden vermehrt Domführungen angeboten; der auf die Altstadt konzentrierte „Goethe-Parcours“ von 1911 wird wieder aufgenommen (vgl. von Schneidmesser 1987); Wetzlar wird nun als „Dom- und Goethes-tadt“ präsentiert.

ben wird. Aber auch die durch die Integration der Industrie erfolgte ortssemantische Streckung der Nachkriegsjahrzehnte lässt sich im Rückblick als Vorstufe der dann erfolgten Konzentration auf die Altstadt deuten, markierte sie mit ihrer charakteristischen, territorial relationierten Gegenüberstellung von „alter (Reichs-)Stadt“ und „moderner (Industrie-)Stadt“ doch schon deutlich den Altstadtbereich als einen touristisch zentralen Raum. Allein, die semantische Form zur Kommunikation dieser touristischen Fokussierung fehlte lange Zeit – bis zur *Entdeckung* der Altstadt in den 1970er/1980er Jahren und der mit ihr verbundenen Peripherisierung von *Umland (Natur)* und *Industrie*. Die Semantik der Altstadt ermöglichte also die gleichzeitige Rückbesinnung, Verdichtung und Neujustierung des schon früh gelegten Fundaments. Man könnte zusammenfassend auch so formulieren: Mit der sukzessiven semantischen Durchsetzung und Aufwertung der Altstadt kommt Wetzlar als städte-touristische Destination, die die (Alt-)Stadt und ihre Geschichte *vor* (und nicht neben) ihrem Umland betont, zu sich selbst. Mit der Wetzlarer Altstadt war eine kompakte Form gefunden, durch die Stadt und Geschichte touristisch erfahrbar wurden.

Zur Erklärung des touristischen Erfolges dieser Veränderung ist es nützlich, den Blick von dem konkreten Fallbeispiel zu lösen und auf allgemeine touristische und gesellschaftliche Prozesse zu richten. In den 1980er und 1990er Jahren fanden weltweit und insbesondere in Europa zwei miteinander eng verbundene und sich gegenseitig verstärkende touristische Wachstumsprozesse statt. Zum einen erlebte der Kulturtourismus und speziell der auf das historische Erbe zielende Kulturtourismus, der sog. *heritage tourism*, zuvor ungekannte Zuwächse.¹⁸⁰ Zum anderen wies im Zuge zunehmender Kurz- und Mehrfachurlaube in den 1980er Jahren gerade der Städtetourismus enorme Wachstumsraten auf (vgl. Maschke 1999, 91). Diese Entwicklungen sind auch für Deutschland nachweisbar.¹⁸¹ Es kann also von einem erhöhten Umfang und damit auch erhöhter Nachfrage nach Städtereisen und historisch orientiertem Städtetourismus ausgegangen werden, von dem auch kleinere Destinationen wie Wetzlar profitiert haben.

Dieses allgemeine Wachstum des Städtetourismus verstärkte sich in Deutschland in vielen Destinationen noch einmal kurzzeitig nach der Wiedervereinigung Anfang der 1990er Jahre.¹⁸² Von diesem Wachs-

180 Vgl. Herbert 1995, Lohmann 1999, Nuryanti 1996; s. auch das Unterkapitel *Historisierung* des Kapitels *Die Form des Städtetourismus*.

181 Siehe das Unterkapitel *Städtetourismus als Untersuchungsgegenstand* im Kapitel *Städtetourismus und Raum*.

182 In großstädtischen Destinationen stagnierten zwischen 1990 und 1994 allerdings die Übernachtungszahlen. Teilweise gingen sie sogar etwas

tumsschub durch ostdeutsche Städtetouristen, der allerdings nur wenige Jahre anhielt, berichten auch das Wetzlarer Verkehrsamt und seine Städtetouristenführer. Seine positiven Folgen werden außerdem in der offiziellen Übernachtungsstatistik Wetzlars sichtbar, die in den Jahren 1989 (124.000), 1991 (125.000) und 1992 (123.000) Spitzenwerte dokumentiert, die erst Ende der 1990er Jahre, nun aber aus anderen Gründen (s.u.), wieder erreicht und weiter überschritten werden.

Ausdruck der auch in Deutschland gestiegenen Bedeutung des städtebezogenen *heritage tourism* ist u.a. die 1990 ins Leben gerufene, in neun Regionalrouten unterteilte *Deutsche Fachwerkstraße*. Unter ihrem Motto „Fachwerk verbindet“ haben sich bis heute mehr als 100 „Fachwerkstädte“ zusammengeschlossen, um gemeinsam für „kulturelle Erlebnisreisen“ zu werben. Seit 1994 ist auch die Stadt Wetzlar Mitglied der Deutschen Fachwerkstraße¹⁸³ und der Arbeitsgemeinschaft Historische Fachwerkstädte e.V. und nutzt die mit ihnen verbundenen Marketingnetzwerke.

Die sukzessive Verfestigung der Altstadt als das neue touristische Leitschema der Destination Wetzlar lässt sich somit sowohl als Voraussetzung wie als Folge der Partizipation an den allgemeinen Wachstumsentwicklungen interpretieren. Dabei ist zu beachten, dass Altstädte durch ihre charakteristische Kombination von kompaktem *Flächenraum* und *Vergangenheit* gleich ein doppeltes Erholungspotential bergen.

So lautete ein Ergebnis der obigen Untersuchung des Verhältnisses von städtetouristischer Semantik und Städtetouristen, dass das städtetouristische Wachstum der letzten Jahrzehnte u.a. auf die durch ‚überschaubare‘ Flächenraumkonstruktionen ermöglichten Einheits-, Zusammengehörigkeits- und Ganzheitserfahrungen zurückgeführt werden kann. Territorial zusammenhängende städtetouristische Kulturräume – wie eben Altstädte – stellen Entlastungs- und Erholungsangebote von der allgegenwärtigen Kommunikation über wachsende gesellschaftliche Komplexität, gesellschaftlichen Wandel, Globalisierung, territorialen Bedeutungsverlust usw. dar. Den Alltagserfahrungen von steigender gesellschaftlicher Unübersichtlichkeit, vom Auflösen, Unsicherwerden und raschen Verändern territorialer Einheiten oder von räumlich-sozialer Fragmentierung – eine Erfahrung, die durch die Suburbanisierungsprozesse seit den 1970er Jahren noch verstärkt wird – setzt der Städte-

zurück, um nach 1994 die langjährige Aufwärtsbewegung weiter fortzusetzen bzw. sich auf höherem Niveau zu stabilisieren (vgl. Maschke 1999, 91).

183 Als Bestandteil der Regionalstrecke „Vom Lahntal zum Rheingau“, die von Dillenburg über Herborn, Wetzlar, Braunfels, Hadamar, Limburg, Bad Camberg, Idstein nach Eltville und Hochheim führt.

tourismus segmentär-stabile, vergleichsweise eindeutige und holistische Beobachtungsmöglichkeiten der Welt entgegen.¹⁸⁴

In ganz ähnlicher Weise lässt sich eine Erklärung für die Bedeutungszunahme des historisierenden Elements im Städtetourismus entwickeln, die auf die Beobachtungsform *Altstadt* ebenso zutrifft. Wie die Flächen- oder Behälterraumkonstruktion kann auch die Historisierung kompensatorische, unsicherheits- und komplexitätsreduzierende Funktionen erfüllen. Auch die touristische Erfahrung und Beschäftigung mit historischem Erbe wirkt stabilisierend und orientierend. „Orte des Erinnerns“ tragen zur Identitätsbildung bei, zur Reproduktion oder auch Konstitution eines kollektiven Gedächtnisses.¹⁸⁵ Im Angesicht der Globalisierung und der Dynamik gesellschaftlichen Wandels kommunizieren Denkmäler und sog. Erinnerungsräume – also auch Altstädte – zeitliche Beständigkeit. Als historisierte und territorialisierte Objekte verfestigen sie Sozialität und Identität. Sie symbolisieren Entschleunigung und können deshalb zur erholsamen Alltagsdistanzierung beitragen.

Hinzu kommt, dass Altstädte – als historische *und* räumliche Formen – gerade Ursprung und Herkunft betonen, und zwar in mehrfachem Sinne. Sie erinnern an kulturelle Wurzeln und Vergangenheiten der Gegenwartsgesellschaft. Durch ihren räumlichen Fokus idealisieren sie die alte, europäische Stadt – ein Bild, das von entsprechenden Geschäften (mit Kunsthandwerk, historischen Stichen usw.) oder durch Inszenierung mittelalterlicher Märkte o.Ä. noch verstärkt werden kann. Altstädte symbolisieren außerdem das *Zentrum* der Stadt (das in der Gegenwart ganz woanders liegen mag oder gar nicht mehr als solches lokalisierbar und wahrnehmbar ist). Damit veranschaulichen sie auch so etwas wie die (ehemalige) Mitte der städtischen Gesellschaft. Dieses Zentrum schließlich ist der Ort, aus dem (im übertragenen Sinne) ein Großteil der suburbanen Bevölkerung stammt, die einst die Städte verließ.

All dies sind Wahrnehmungsmöglichkeiten und Assoziationen, die sich beim touristischen Schlendern durch Altstädte einstellen können. Denn wie Maurice Halbwachs, dem sich das kollektive Gedächtnis auf seinen *Spaziergängen durch London* (vgl. Halbwachs 1991/1950, 2f.) über „topographische Bezugspunkte“ erschließt, für den Erinnerung sich gerade an den *sichtbaren* „realen Orten“ der Stadt „konkretisiert und materialisiert“ (Echterhoff/Saar 2002, 21), so können auch Städtetouristen vermittels ihrer körperlichen Bewegung durch Altstädte und ihrer

184 Siehe das Unterkapitel *Alltagsdistanz durch Flächenräume* im Kapitel *Städte des Tourismus und Städtetouristen*.

185 Vgl. Assmann 1999, 298ff.; Halbwachs 1991 (1950); Nora 1984, 1986 u. 1993.

körperfundierte Wahrnehmung der in ihnen und durch sie verorteten Kultur nicht-alltägliche Identitäts- und Einheitserfahrungen machen.¹⁸⁶

Vor dem Hintergrund dieser (ausgewählten) Wahrnehmungs- und Alltagsdistanzierungsmöglichkeiten, die mit Altstädten als spezifischen städtetouristischen Raumformen verknüpft sind, lässt sich nun am Fallbeispiel exemplarisch die Frage untersuchen, welche Bedeutung der Altstadt im Hinblick auf die Strukturentwicklung des Wetzlartourismus zukommt.

Strukturgenerierende Funktionen der Altstadt

Wie nachfolgend gezeigt werden soll, gewinnt die raumbezogene Semantik der Destination Wetzlar – und mit ihr die alltägliche Organisation des Wetzlartourismus – durch die touristische Entdeckung der Altstadt eine in hohem Maße strukturgenerierende Kommunikationsform hinzu. Der durch sie ermöglichte Strukturgewinn basiert auf ihrer asymmetrisierenden, fokussierenden, rahmenden und vermittelnden Wirkung.

Asymmetrisierung

Für die weitere Diskussion der Funktionen des neuen Leitschemas Altstadt lohnt sich zunächst ein Blick auf die Form dieser Form. Als spezifische territorialisierte Raumform bezeichnet die Altstadt nicht einen Punkt oder eine Linie, sondern eine mehr oder weniger eindeutig geschlossene *Fläche*, eine kompakte Region, einen behälterähnlichen ‚Nahraum‘. Als ein solcher Flächenraum wird die Altstadt durch ihre Grenzen und Begrenzungen, wie sie in allen Karten und in vielen Führungen durch Reste der Altstadtmauer, aber auch durch die Lahn oder die vor der ehemaligen Altstadtmauer gelegenen Grünanlagen symbolisiert werden, konstituiert. Denn nicht alles ist Altstadt, ohne Altstadtgrenzen keine Altstadt. Mit ihrer Trennung von Altstadt-*Innerem* und Altstadt-*Äußerem* bringt die Grenze die Altstadt erst hervor. In diesem Sinne ist die Altstadtsemantik untrennbar mit der räumlichen Unterscheidung von *innen* und *außen* verbunden. Die innen/außen-Differenzierung wird von der Altstadtsemantik sowohl vorausgesetzt als auch stets aufs Neue reproduziert: Sehenswürdigkeiten befinden sich *in* der Altstadt oder, seltener, *außerhalb*; Touristen bewegen sich *in* der Alt-

186 Siehe Kapitel *Städte des Tourismus und Städtetouristen*.

stadt oder – grenzüberschreitend – in sie *hinein* oder sie *verlassen* die Altstadt und befinden sich *jenseits* ihrer Grenzen; *die Altstadt* (d.h. das Innere der Altstadtgrenze) steht dem *Rest* der Welt (der Nicht-Altstadt, dem übrigen Wetzlar, dem Wetzlarer Umland) gegenüber. Bei der Kommunikationsform Altstadt handelt es sich folglich um eine Zwei-Seiten-Form, genauer: um eine asymmetrische Unterscheidung.¹⁸⁷ Sie ist asymmetrisch, weil sie – worauf schon ihr Name verweist – die eine der beiden Seiten, die sie unterscheidet, i.e. das *Immere* bzw. *die Altstadt*, präferiert. Indem sie die präferierte Seite mit Erhabenheit belegt, erzeugt die Unterscheidung Altstadt/Nicht-Altstadt Orientierung und Stabilität: Sie verweist Kommunikationen wie Touristen regelmäßig auf die Seite der Altstadt.¹⁸⁸

Auf diese Weise fand der dichotome Präsentationsmodus der Nachkriegszeit, der Geschichte, Goethe, Umland und Industrie zu einem relationalen, kontrastiv-bipolaren Stadtraum verknüpfte und dem es infolgedessen so deutlich an einem Leitthema mangelte, bald sein Ende. Stattdessen konnte sich die Altstadt als zentrales Beobachtungsschema (dem Goetheschema im frühen Stadium vergleichbar) durchsetzen. Stadt im Wetzlartourismus bedeutete nun im Wesentlichen Altstadt. Folgen hatte dies z.B. für die ohnehin schon wichtigsten Wetzlarer Museen:¹⁸⁹ Da sie allesamt *in* der Altstadt liegen, wurde ihre touristische Bedeutung weiter verstärkt. Auch die Standortentscheidungen des Verkehrsamtes (Umzug vom Altstadtäußeren an den im Zentrum der Altstadt gelegenen Domplatz 1981) und der seit 1980 neu gegründeten Hotels und Pensionen orientierten sich an der Altstadt. Wichtige strukturbildende und wachstumsfördernde Folgen hatte die mit der Altstadt induzierte Asymmetrisierung außerdem für die touristischen (Alt-)Stadtführungen.

187 Zur struktur- und ordnungsgenerierenden Funktion der Asymmetrisierung von Unterscheidungen siehe die entsprechenden Ausführungen im Unterkapitel *Verdinglichung und Verortung* im Kapitel *Städte des Tourismus und Städtetouristen*.

188 ... und trägt durch ihren Territorialbezug zugleich zur Invisibilisierung der (transterritorial organisierten) Produktion dieses nicht-alltäglichen Erholungsraumes bei (s. erneut das Unterkapitel *Verdinglichung und Verortung*).

189 Dies sind: das Stadt- und Industriemuseum, das Lottehaus, das Jerusalemhaus, die Sammlung Lemmers-Danforth („Europäische Wohnkultur aus Renaissance und Barock“) sowie das erst 1987 hinzugekommene Reichskammergerichtsmuseum (zu letzterem unten mehr).

Die neuen Altstadtführungen

Für die Entwicklung der in Broschüren und schriftlichen Reiseführern abgedruckten touristischen Besichtigungsrundgänge sowie der vom Verkehrsamt angebotenen oder vermittelten touristischen Stadtführungen war die Altstadt sehr folgenreich. An den touristischen Führungen wird deutlich, wie der Wetzlartourismus durch die Orientierung an der Altstadt in den 1980er Jahren einerseits eine räumlich-historische Fokussierung erfuhr, wie die Unterscheidungsform Altstadt aber andererseits zugleich den ortssemantischen Rahmen bereitstellte, der die touristische Entwicklung fortan forcierte und Komplexitätsaufbau ermöglichte. Darüber hinaus findet die bisherige These Bestätigung, dass die Altstadt touristisch als *Stadt* fungiert.¹⁹⁰ Das wechselseitige Steigerungsverhältnis von Altstadt-Semantik und Wachstum des Wetzlartourismus lässt sich anhand der schriftlichen Unterlagen und der geführten Expertengespräche rekonstruieren.

Dabei fällt zunächst auf, dass der frühere „Rundgang durch die Stadt“ mit Beginn der 1980er Jahre räumlich und thematisch klarer begrenzt wurde. Die in den Broschüren und Führungen der 1970er Jahre z.T. auch ‚außerhalb‘ der Altstadt gelegenen Standorte und Wegstrecken (mit Blick auf die Industrie, moderne Einzelhandelsstraßen, Bürogebäude oder das Freibad) fielen in den 1980er Jahren heraus. Dieser Wandel mag auch durch personelle Veränderungen beeinflusst worden sein. Die zwei Wetzlarer Bürger, die als einzige regelmäßige Stadtführer bis 1980 zur Verfügung standen, wurden in den 1980er Jahren allmählich von erst drei und bald fünf neuen Stadtführern abgelöst, die sich, nun mehrheitlich Mitglieder des lokalen Geschichtsvereins, erstmals besonders um historische Genauigkeit bemühten. Mit diesem Bemühen zielten sie (nach eigenen Angaben) vornehmlich auf die Themen Altstadt und Goethe. Auf jeden Fall wurde der nun übliche touristische „Rundgang“ wesentlich eindeutiger als zuvor durch die Grenzen der Altstadt limitiert. Aus der Stadtführung wurde faktisch eine Altstadtführung.

Im Gegensatz zu mehreren Grenzüberschreitungen, die in Zeiten einer touristisch noch nicht präsenten Altstadtsemantik ‚unsichtbar‘ (und unerwähnt) blieben, wurde der Altstadtbereich nun nur einmal und nur kurz verlassen: Auf dem ‚historischen Abstecher‘ zur Hospitalkirche, der über die alte Lahnbrücke auf das der Altstadt unmittelbar gegenüberliegende Lahnufer führt, der aber sowohl von der Brücke als auch vom Standort der Kirche aus den tradierten Blick auf das Ensemble der Alt-

190 Bzw. als historische Stadt oder wenigstens als das historische Zentrum der Stadt.

stadt gewährt und der damit die Altstadt letztlich nur verlässt, um sie als kompakte Einheit noch einmal zu bestätigen. Der ortssemantischen Schrumpfung entsprechend veränderte sich auch der Titel des Rundwegs. Aus dem „Rundgang durch die Stadt“ wurde der „Altstadtrundgang“ und die „Altstadtführung“. Ihren bildlichen Ausdruck fand diese Entwicklung in dem vom Verkehrsamt seit Ende der 1980er Jahre an Touristen verteilten „Stadtplan“, der als Bestandteil der Broschüre „Historischer Rundweg in der Altstadt“ tatsächlich einen „Altstadtplan“ darstellt (s. Abb. 12).

Genau genommen entwickelten sich in dieser Zeit zwei Varianten der Altstadtführung, die, mit leichten Ergänzungen, bis heute praktiziert werden. Die ältere der beiden führt die Besucher von dem am Südrand der Altstadt gelegenen Parkplatz (Avignon-Anlage) zu verschiedenen Sehenswürdigkeiten im Altstadttinneren, um auf der Lahnbrücke (also wieder auf dem Altstadtrand) den abschließenden Standort einzunehmen. Die zweite, Mitte der 1980er Jahre hinzugekommene, durch die Nummerierung der Sehenswürdigkeiten auf dem „Stadtplan“ nahe gelegte und auch häufiger durchgeführte Variante wählt als ersten inhaltlichen Standort den Dom, den am Dom gelegenen Brunnen oder das in Domnähe gelegene älteste Fachwerkhäuschen Wetzlars (am Brodschirm). Der Startpunkt dieser Variante lässt sich als Reaktion auf die Verlegung des Verkehrsamtes 1981 vom Altstadt-Äußeren an den Domplatz interpretieren: Das Verkehrsamt im ‚Zentrum‘ der Altstadt stellt einen leicht aufzufindenden, da ausgeschilderten Treffpunkt für touristische Besucher dar und damit einen ebenso geeigneten Ausgangspunkt für Stadtführungen wie der Parkplatz, auf dem Besucher und Reisebusse parken. Vom Domplatz (dem Altstadt-Zentrum) werden die Besucher dann durch ausgewählte Altstadtgassen geleitet, bis die Führung im Norden oder Osten der Altstadt an den Resten der zwischen 1250 und 1300 erbauten mittelalterlichen Ringmauer oder einem ihrer Tore (also wieder an ihrer Außengrenze) endet.

Auf diese Weise standardisiert, konnten sich die beiden Altstadtführungen in den 1980er Jahren schnell als die zentralen touristischen *Stadtführungen* durchsetzen. Die fast kontinuierlich wachsende Anzahl von touristischen Tages- und Übernachtungsgästen ließ die Nachfrage nach (Alt-)Stadtführungen ebenso steigen, wie das regelmäßige Angebot des ‚Produktes Altstadtführung‘ die Kontinuität der Nachfrage zu stabilisieren half. Dieses Steigerungsverhältnis kann man als Bestätigung der oben allgemein formulierten Vermutung zur Erholungsfunktion ‚überschaubarer‘ flächenförmiger Kulturräume verstehen. Die sich körperlich bewegendenden und mit allen Sinnen wahrnehmenden Städtetouristen können *Stadt* auf ihrer Städtereise *durch* die und *in* der territorial kompak-

ten, räumlich klar begrenzten Altstadt weit bruchloser und daher eindringlicher und überzeugender als eine spezifische Einheit¹⁹¹ erfahren als durch die Verknüpfung territorial getrennter Orte zu Zeiten des touristischen Dämmerchlafs.

Wie dargestellt, orientieren sich die Altstadtführungen in beiden Varianten nicht nur inhaltlich an der durch die Beobachtungsform Altstadt verstärkten historischen Thematik. Auch ‚räumlich‘ werden sie durch die Altstadt (bzw. ihre Grenzen) gerahmt. Dieses Strukturierungsprinzip ist bei einer Altstadtführung noch wenig überraschend. Es kennzeichnet allerdings auch die Mehrheit der neuen *thematischen* Stadtführungen.

Rahmung der thematischen Stadtführungen

Thematische Führungen sind auch in Wetzlar seit ihrer erstmaligen Entwicklung Mitte der 1980er Jahre zu einem immer wichtigeren und umfassenderen Bestandteil des Stadtführungsangebotes geworden. Auch ihr – insbesondere in den 1990er Jahren erfolgter – Bedeutungszuwachs steht in einem wechselseitigen Steigerungsverhältnis mit der deutlich gestiegenen Nachfrage nach touristischen Stadtführungen.¹⁹² Wie die Altstadtführungen waren und sind auch die meisten thematischen Führungen durch die asymmetrische Unterscheidungsform Altstadt insofern gerahmt, als sie nicht nur überwiegend historische Themen aufgreifen, sondern als sie sich auf ihre Grenze („Rund um die Stadtmauer“, „Links und rechts der Stadtmauer“) und vor allem auf das *Immere* der Altstadt beschränken. Ob dies die „Stadtrundgänge“ oder Führungen „Wappen, Hauszeichen, Inschriften“, „Wetzlarer Fachwerkhäuser“, „Wetzlar in der Revolution von 1848“, „Frauengeschichte in Wetzlar“, „Relikte mittelalterlichen Lebens in Wetzlar“, „Literarisches Wetzlar“ oder andere sind – für die jeweilige Auswahl der Stationen und ihre thematische Relatio-

191 D.h. im Fallbeispiel Wetzlar: als vergangene oder historische Stadt bzw. als Zentrum und Ursprung der Stadt.

192 Das anhaltende touristische Wachstum ließ auch den Bedarf an qualifizierten Stadtführern weiter wachsen. Die deshalb vom Verkehrsamt gewonnenen zusätzlichen Kräfte beförderten mit ihren thematisch differenzierten Angeboten nun ihrerseits die hohe Nachfrage, die die 1990er Jahre kennzeichnete. Thematische Führungen schafften zum Beispiel für diejenigen Tagestouristen, die bei ihrem ersten Wetzlarbesuch nur eine allgemeine (Alt-)Stadtführung mitgemacht haben, Anreize für einen Wiederholungsbesuch. Heute stützt sich die Tourist-Information auf die Mitarbeit von 26 Stadtführern, die sowohl die beschriebenen Altstadtführungen als auch ‚klassische‘ (z.B. „Auf den Spuren von Goethe“) wie neuere thematische Führungen („Wetzlar kulinarisch“) anbieten.

nierung in Form von Routen dient die Altstadt sowohl als Grenze wie als ‚Behälter‘, dessen Bestandteile (Orte, Plätze, Gebäude, Museen, Gastronomie, Mauern etc.) je nach Thema neu relationiert und neu mit Bedeutung aufgeladen werden.

Die begrenzend-strukturierende Funktion der Altstadt sei an einem Beispiel illustriert: Die Schöpferin der thematischen Führung „Frauengeschichte in Wetzlar“ – die Leiterin des Historischen Archivs der Stadt – stieß, wie sie berichtete, bei ihren historischen Recherchen auch auf einige bedeutende Frauen in Wetzlar, deren Wohnhäuser oder Wirkungsstätten *nicht* in der heute sog. Altstadt lagen. Diese potentiellen Standorte (und mit ihnen die betreffenden Frauenschicksale) fielen bei der Konzeption ihrer Führung heraus. Sie begründet ihre Entscheidung zunächst mit der räumlichen Entfernung der außerhalb der Altstadt gelegenen „Frauen-Orte“, die bei Einbeziehung das zeitliche Limit einer ca. zweistündigen Führung gesprengt hätte – um nach kurzem Nachdenken zu ergänzen, dass der Hauptgrund wohl der gewesen sei, dass die Touristen, die Wetzlar besuchen, doch vor allem die Altstadt sehen wollten. Sichtbar wird an diesem Beispiel somit die doppelte Erwartungsbildung der Altstadt: Man erwartet, dass die Altstadt die Erwartungen der Touristen strukturiert – und richtet sich danach bzw. richtet die Entwicklung von Stadtrundgängen u.Ä. danach aus.

Zwar suggerieren die Titel der thematischen Führungen, dass diese auf die *Stadt Wetzlar* zielen, die Stadt besichtigen oder gesamtstädtische Aspekte behandeln. Doch bei der Mehrheit der Führungen handelt es sich um thematisch spezialisierte Altstadtführungen. Sie beruhen zu einem großen Teil auf einer Re-Relationierung und Re-Semantisierung der schon mit dem „Altstadtrundweg“ bezeichneten Orte. Auch der Rückgriff auf die „Altstadtkarte“ des „Altstadtrundweges“ erleichtert die Konzipierung von immer neuen thematischen Führungen und ihre anschließende Veranschaulichung und Bewerbung mittels entsprechend gestalteter Broschüren erheblich: Die auf dem schon vorhandenen Altstadtplan bildlich dargestellten Altstadtsehenswürdigkeiten werden bei der Produktion der neuen Karten ganz oder teilweise übernommen, um neue ergänzt sowie, je nach thematischer Rahmung, neu kombiniert (und nummeriert) und mit neuen Texten versehen.

Die thematischen (Alt-)Stadtführungen dokumentieren somit erneut den touristischen Erfolg der Altstadt. Als leitendes Beobachtungsschema erlaubt und forciert die Altstadt einerseits vielfältige Strukturbildungen (wie neue Stadtführungen). Andererseits wird nun die touristische Beobachtung und Erfahrung von (historischer) Stadt qua Altstadt möglich. Die vergleichsweise einheitliche und übersichtliche Raumform Altstadt ist nicht nur vielfältig organisier-, arrangier- und semantisierbar, sie ist

auch in recht kurzer Zeit von (Tages-)Touristen körperlich-sinnlich als städtische Einheit wahrnehmbar.

Altstadt als Mechanismus der Systemvermittlung und Netzwerkbildung

Nicht nur die Stadtführungen, die Stadtführerinnen, das Verkehrsamt und die Touristen orientieren sich an der räumlichen Form Altstadt und ihren Grenzen. Auch für die Einzelhändler, die sich zu einer Interessengemeinschaft „Altstadt“ zusammengeschlossen haben, für die in der Stadtverwaltung arbeitenden kommunalen Sanierungs- und Denkmalschutzbeauftragten, die die „Sanierungsmaßnahme Altstadt“ betreuen, für die auswärtigen Reiseveranstalter, die Prospekte erstellen und Städtereisen nach Wetzlar vermitteln oder durchführen, für die Wetzlarer Kommunalpolitik, für den Wetzlarer Geschichtsverein oder für das Historische Archiv hat die Altstadt eine orientierende und Teile ihre alltäglichen Arbeit strukturierende Funktion. Freilich wird die Altstadt in jedem der genannten Kontexte und in jeder der für sie relevanten Organisationen anders interpretiert. Je nach ihrer Aufgabe und Operationslogik variiert das, was sie mit der Form Altstadt bezeichnen und (von anderem) unterscheiden und was dann systemintern an diese Beobachtung Altstadt angeschlossen werden kann. Geht man von der operativen Geschlossenheit und damit von der Verschiedenheit der einzelnen, sich auf die Altstadt beziehenden Systeme aus, wird eine weitere Funktion dieser Unterscheidung sichtbar: Die Altstadt setzt verschiedene, ansonsten voneinander unabhängige Akteure oder soziale Systeme in eine über die Orientierung an ihr vermittelte Beziehung. Auf diese Weise wird, wie nun gezeigt werden soll, ein Teil ihrer systemspezifisch begründeten Leistungen für einander und damit für die touristische Entwicklung fruchtbar.

Zu den selbst gesetzten Aufgaben des seit Anfang des 20. Jahrhunderts bestehenden Geschichtsvereins, zum Beispiel, gehörte neben der unregelmäßigen Herausgabe der „Mitteilungen zur Wetzlarer Stadtgeschichte“ schon in den Nachkriegsjahrzehnten die Entwicklung und Durchführung zahlreicher Veranstaltungen. Etwa 10 Vorträge, Besichtigungen und Führungen wurden alljährlich von entsprechend kompetenten Vereinsmitgliedern oder von eigens dafür gewonnenen Experten angeboten; sie wandten sich sowohl an die Vereinsmitglieder als auch an interessierte Wetzlarer Bürger.

Mit dem Bedeutungsgewinn der Altstadtsemantik in den 1980er Jahren wurden nun sowohl das Verkehrsamt auf die Aktivitäten des Geschichtsvereins wie umgekehrt Mitglieder des Wetzlarer Geschichtsver-

eins auf die immer häufigeren touristischen Besuchergruppen aufmerksam. Während das Verkehrsamt Interesse an der expliziten Öffnung einzelner, vom Geschichtsverein angebotener Altstadtführungen für Touristen hatte, profitierte der Verein von der durch die Einbeziehung der Touristen gestiegenen Nachfrage seiner Veranstaltungen. Schon bald wurden daher diejenigen Vereinsführungen, die sich in den semantischen Rahmen der Altstadt einpassten, in das touristische Stadtführungsangebot integriert. Auf dieses wiederum greifen auch auswärtige Reiseveranstalter, die ihre Kunden in die Wetzlarer Altstadt führen wollen, zurück. Die ursprünglich nur für einmalige Präsentationen im Rahmen des Geschichtsvereins konzipierten Führungen „Rund um den Dom“, „Rund um die Stadtmauer“, „Wetzlarer Fachwerkhäuser“ oder „Wappen, Hauszeichen, Inschriften“ wurden nun immer dann – von den für sie verantwortlichen Vereinsmitgliedern – angeboten, wenn touristische Besucher nach dieser thematischen Führung nachfragten. Spätestens seit Mitte der 1980er Jahre werden viele Führungen des Wetzlarer Geschichtsvereins, nach Selbstauskunft seiner Mitglieder, immer auch im Hinblick auf ihre Verwertbarkeit für den Tourismus entworfen. Auf diese Weise gewann der Wetzlartourismus nicht nur viele neue Stadtführungen, sondern auch qualifizierte und motivierte Stadtführer hinzu.

Auch im Verhältnis von Historischem Archiv und Verkehrsamt wurde die Altstadt seit den 1980er Jahren zur Klammer eines regelmäßigen Austausches. Zum einen stützt sich das Verkehrsamt auf die fachliche Kompetenz der Leiterin des Archivs, wenn es um die Gestaltung neuer Broschüren geht: Die promovierte Historikerin schreibt die Passagen, die sich auf die Geschichte der Stadt, insbesondere der Altstadt, beziehen oder liest sie Korrektur. Zum anderen entwirft das Personal des Historischen Archivs seit den 1990er Jahren auch gelegentlich ‚eigene‘ historische Führungen („Stadtrundgang zur Frauengeschichte in Wetzlar“, „Wetzlar in der Revolution von 1848“). Sie halten sich in der oben beschriebenen Weise an den Rahmen der Altstadt, stützen sich u.a. auf die Altstadtkarten und die auf ihnen verzeichneten Sehenswürdigkeiten des Verkehrsamts und werden aus diesen Gründen ebenfalls gerne in das touristische Stadtführungsangebot übernommen.

Darüber hinaus tragen sowohl das Historische Archiv als auch der Geschichtsverein nicht unwesentlich zur Entwicklung und Veränderung dessen bei, was als Wetzlarer Sehenswürdigkeit gilt. Auch wenn beide Organisationen nicht *operativ* in die alltägliche Arbeit und die Entscheidungen des Verkehrsamtes eingreifen können, so machen sie doch regelmäßig Vorschläge zur Erweiterung oder verbesserten Präsentation des touristischen Angebots. Aus diesen (und anderen) Vorschlägen wählt die Tourist-Information vor allem jene aus, die das Profil der Alt-

stadt weiter festigen – mit der Folge, dass die seit Mitte der 1990er Jahre aktuelle Neuauflage der zentralen touristischen Broschüre „Historischer Rundweg in der Altstadt“ und des in ihr enthaltenen Altstadtplanes neben neuen Fotos und teilweise differenzierteren historischen Beschreibungen nunmehr 43 (statt zuvor 37) Altstadt-Sehenswürdigkeiten ausweist (s. Abb. 13).



Abb. 13: (Alt-)Stadtplan (Quelle: Faltprospekt Historischer Rundweg in der Altstadt, seit Mitte der 1990er Jahre)

Ein anderes Beispiel bietet der Teilverband der Wetzlarer Einzelhändler, der sich konstitutiv auf die Altstadt stützt. Im Rahmen einer Interessengemeinschaft bemüht er sich, die Vorteile der Altstadtlage (kleinparzellierte Grundstücke mit kleinen Fachhandelsgeschäften statt Kaufhäusern, Nähe zu touristischen Sehenswürdigkeiten) zu stärken und ihre Nachteile (schlechte Erreichbarkeit der Geschäfte per Auto oder öffentlichen Verkehrsmitteln in der Fußgänger- und der verkehrsberuhigten Zone, relativ große Entfernung zu den Haupteinkaufsstraßen der Stadt) zu kompensieren. Zu den gewählten Strategien zählen: die Unterstüt-

zung der Einrichtung und Finanzierung eines Altstadt-Neustadt-Bahnhof-Pendelbusses („Citybus“); die Ausstellung von Kunstwerken in leerstehenden Geschäften, um den Eindruck wirtschaftlicher Probleme zu vermeiden; Blumenschmuck an den Fassaden; die regelmäßige Ausrichtung verschiedener traditioneller wie neuerer Altstadt-Straßenfeste; die Stärkung expliziter touristischer Angebote (Souvenirs, Literatur, Gastronomie) bei gleichzeitiger Bewahrung des altstadttüblichen Branchenmixes; der Einsatz für die (schließlich vom zuständigen hessischen Sozialministerium auf Antrag des Wetzlarer Oberbürgermeisters 2003 gewährte) Möglichkeit, die Altstadtgeschäfte nicht nur an den bis dato vier verkaufsoffenen Sonntagen im Jahr, sondern, gerade in den Sommermonaten, auch an weiteren Sonntagen – für Touristen – zu öffnen. Von all dem kann die Entwicklung des Wetzlartourismus nur profitieren. Daher verweist die Tourist-Information in ihren Broschüren und Auskünften auf die „lebendige“ Geschäftswelt der Altstadt, auf „Einkaufen mit Stil“ usw. und wirbt über seine Kanäle für die Altstadtfeste als besondere städtetouristische Events.

Gemeinsam ist den genannten (oder ähnlichen) Beispielen, dass sie eine punktuelle Koordination, teilweise gar Kooperation, verschiedener Organisationen (Vereine, Ämter, Politik, Unternehmen, Verbände) und damit Netzwerkbildung erkennen lassen. Sie wird durch den *mehrseitigen* Bezug auf die Altstadt ermöglicht oder gefördert, ohne dass die beteiligten Systeme ihre prinzipielle Differenzierung aufgeben. Die koordinierende und vermittelnde Funktion der Altstadt muss, um als solche vom außenstehenden Beobachter erkannt zu werden, von den beteiligten Akteuren keineswegs in gleicher Weise zugestanden werden. Ebenso, wie sich auswärtige Reiseveranstalter und Touristen auf Altstadtpläne und Altstadt-Führungsangebote stützen können, ohne zu wissen, dass diese erst das Resultat der skizzierten Kooperation von Geschichtsverein und Tourist-Information sind, können sich Einzelhändler für die Ziele der „Interessengemeinschaft Altstadt“ engagieren und damit indirekt dem Tourismus dienen, ohne selbst von ihm zu profitieren. Ebenso können Touristinnen, Stadtführer oder Produzenten von Rundweg-Broschüren Ergebnisse der Altstadtsanierung als Ausweis von Historizität und Authentizität der Altstadt in Anspruch nehmen, die von Stadtplanern und Denkmalschützern zwar im Rahmen der „Sanierungsmaßnahme Altstadt“ mitverantwortet werden, von ihnen jedoch, gemessen an den Ansprüchen der Sanierung, als gescheitert oder problematisch eingestuft werden.

Entscheidend an der vermittelnden Funktion der Altstadt ist also nicht, dass sie von den beteiligten Akteuren auch in diesem Sinne verstanden wird, sondern dass durch die über die Altstadt gestiftete Beziehung – auch ‚hinter dem Rücken‘ der Beteiligten – touristische Netz-

werkbildungen angestoßen und stabilisiert sowie Ressourcen ein- oder wechselseitig zur Verfügung gestellt werden. Wichtig ist dies insbesondere für die hier zur Diskussion stehende Phase des Wetzlarer Tourismus, die eben noch durch ihren geringen Professionalisierungs- bzw. ihren hohen Informalisierungsgrad gekennzeichnet ist. Für die für den Wetzlarer Tourismus typische ‚Entwicklung von unten‘, die erst in den letzten Jahren zu größeren politisch-planerischen Anstrengungen und professionellen Koordinierungsbemühungen geführt hat, bot die beschriebene punktuelle Koordination verschiedener Organisationskontexte die Möglichkeit der Konsolidierung und Komplexitätssteigerung auch ohne wesentliche Aufstockung der finanziellen und personellen Ausstattung des Verkehrsamtes (bzw. der Tourist-Information).

Die die touristische Entwicklung fördernde Vernetzung verschiedener Kontexte beruht natürlich häufig ganz wesentlich auch auf den Aktivitäten einzelner Personen. So ist das Mitglied des Wetzlarer Geschichtsvereins und des Denkmalbeirats, das einen touristischen Reiseführer schreibt oder im Rahmen des Geschichtsvereins eine Führung konzipiert, um diese schließlich auch, nun im Rahmen des Angebots touristischer Stadtführungen, für Touristen anzubieten, ein ebenso notwendiger *Mechanismus* der Verknüpfung der beteiligten Kontexte wie die Altstadt. Derartige Personalunionen sind für viele Bereiche des Wetzlarer Tourismus, ganz wie im Falle anderer kleiner und nicht-traditioneller touristischer Destinationen, lange Zeit die kennzeichnende Basis gewesen. Vor diesem Hintergrund wird die Bedeutung der Altstadt noch klarer. Als situationsüberdauernde semantische Form ist sie ein viel abstrakterer und damit von Einzelpersonen (und ihren Kompetenzen) weitgehend unabhängiger Vermittlungsmechanismus. Sie überlagert und transzendiert den personalen Mechanismus jeder Vernetzung und vermag ihn gerade deshalb noch einmal zu steigern. Dieser Sachverhalt sei abschließend an einem weiteren Beispiel, der Entstehung einer neuen Altstadtsehenswürdigkeit und ihrer Folgen, illustriert.

Das für den heutigen Wetzlarer Tourismus wichtige Reichskammergerichtsmuseum wurde erst 1987 eingerichtet. Hervorgegangen ist es aus einer Entwicklung, die ursprünglich ganz und gar untouristisch motiviert war. Eine Gruppe von überwiegend nicht aus Wetzlar stammenden Juristen und Rechtshistorikern verfolgte das Ziel, mit Hilfe verschiedener Sponsoren am letzten Standort des Reichskammergerichts eine Forschungsstelle, verbunden mit einem Museum, einzurichten. Mit dieser Vorstellung trat sie Anfang der 1980er Jahre an die Stadt Wetzlar heran. Der damalige Oberbürgermeister und einige andere Kommunalpolitiker unterstützten das Vorhaben nach eigener Auskunft sehr. Zusammen mit „interessierten Persönlichkeiten aus Justiz und Forschung“ gehörten sie

zu den Mitbegründern der 1985 ins Leben gerufenen „Gesellschaft für Reichskammergerichtsforschung e.V.“, deren Arbeit fortan durch einen wissenschaftlichen Beirat unterstützt wurde. Auf der Suche nach einem geeigneten Standort für den Verein, die Forschungsstelle und das angestrebte Museum votierten die Lokalpolitiker einhellig für die Altstadt. Schließlich sei das Reichskammergericht auch in der Altstadt untergebracht gewesen und sei die Altstadt bis heute durch die großzügigen, barocken Häuser der Kameralen geprägt. Nicht zuletzt erwartete man von der Ansiedlung des Museums eine weitere Aufwertung der Altstadt. So einigte man sich bald, das im Besitz der Stadt befindliche, im Zentrum der Altstadt gelegene und Mitte der 1980er Jahre restaurierte „Ave-mannsche Haus“ (Mitte des 18. Jahrhunderts vom Kammergerichtsassessor Franz von Papius als dreistöckiges Kameralenpalais erbaut und sodann an Reichskammergerichtsfamilien vermietet) zur Verfügung zu stellen. Hier wurde 1987 das Reichskammergerichtsmuseum eingerichtet, das neben Ausstellungs- und Filmvorführungsräumen zur allgemein verständlichen Einführung in die Thematik auch über Tagungs- und Arbeitsräume für die Forschungsstelle verfügt.

Mit der Gründung der Gesellschaft für Reichskammergerichtsforschung und der anschließenden Eröffnung des Museums wurde die touristische Aufmerksamkeit wieder stärker auf eine historische Phase gelenkt, die nach Aussage der ehemaligen Vorsitzenden des Wetzlarer Geschichtsvereins Mitte der 1980er Jahre nicht nur aus dem touristischen, sondern auch aus dem lokalen Bewusstsein weitgehend verschwunden gewesen war. Schnell bot der Geschichtsverein Führungen wie „Auf den Spuren des Reichskammergerichts“ an, die wiederum umgehend Bestandteil des städtetouristischen Angebots an „Altstadtführungen“ wurden. Auch das Museum selbst wurde bald in die entsprechenden Führungsrouten und Altstadtpläne aufgenommen und touristisch beworben. Verglichen mit dem bis heute nur sehr engen, an Rechtsgeschichte interessierten Personenkreis, den seine Dauerausstellung anzieht, kommt ihm im Gesamtgefüge des Wetzlartourismus eine weit größere Bedeutung zu. Denn als neue Sehenswürdigkeit verweist es auf „große Zeiten“, als Wetzlar die „Hauptstadt des Rechts“ war, und auf „prachtvolle Fachwerkhäuser“.¹⁹³ Zudem kann es unter Bezug auf Goethes Praktikum am Reichskammergericht leicht an die Goethe-Werther-Thematik angeschlossen werden. Durch die städtetouristische Integration des Museums veränderte sich letztendlich auch der semantische Rahmen der Integration, i.e. die touristische Semantik der Altstadt: Deutlicher als zuvor ist

193 Vgl. den Prospekt „Wetzlar: Alles, was *Recht* ist. Alles, was Freude macht. Alles, was Stil hat“ (2002; erstmals 1994 erschienen).

sie seit Ende der 1980er Jahre durch den Schwerpunkt Reichskammergerichtszeit geprägt, was sich z.B. in der Gestaltung der neuen Prospekte in den 1990er Jahren ausdrückt.

Weitere Steigerungszusammenhänge

Neben der Altstadt und allgemeinen touristischen Wachstumsprozessen lassen sich noch einige andere Faktoren identifizieren, auf die die Expansion des Wetzlartourismus seit den 1980er Jahren und der mit ihr verbundene touristische Bewusstwerdungsprozess bis Mitte der 1990er Jahre zurückgeführt werden können. Wenn sie in ihrer Bedeutung derjenigen der Altstadt und des historischen Städtetourismus auch nachgeordnet erscheinen, gibt es doch Hinweise, dass ihr Einfluss auf die beschriebene Entwicklung keineswegs unerheblich war.

(1) Übernachtungs- und Tagungsinfrastruktur

Neben der Vergrößerung einiger vorhandener Übernachtungsbetriebe entstand in Wetzlar mit dem heutigen Hotel Mercure Mitte der 1980er Jahre – am Rande der Altstadt – eine neue Großanlage. Sie erweiterte das städtische Bettenangebot um damals fast 200 Betten. Seitdem kamen weitere, allerdings kleinere Hotels und Pensionen hinzu. Die Anfang der 1990er Jahre eröffnete neue Jugendherberge¹⁹⁴ vergrößerte das Angebot noch einmal um knapp 200 Betten, so dass Mitte der 1990er Jahre insgesamt bereits über 900 Betten für Besucher zur Verfügung standen (im Vergleich zu knapp 400 im Jahre 1975).

Verfügte auch das Mercure-Hotel schon über Tagungs- und Seminarräume, so wurde der eigentliche Grundstein für eine moderne Tagungs- und Kongressinfrastruktur erst 1991 gelegt. In diesem Jahr wurde die – ebenfalls am Altstadtrand angesiedelte – Stadthalle eröffnet, die mit ihren über 1.000 Sitzplätzen regelmäßig für Konzerte, Theater- und Musicalaufführungen und eben Tagungen genutzt wird. Dass im sog. Tagungs- und Kongresstourismus ein größeres Wachstumspotential liegen könnte, sahen die Wetzlarer Hoteliers, Verkehrsamts- und Stadtverwaltungsmitarbeiter aber bis Mitte der 1990er Jahre noch kaum. Erst in den letzten Jahren kann man davon sprechen, dass die Tagungs- und

194 Bei den in der Jugendherberge beherbergten Jugendlichen handelt es sich überdurchschnittlich häufig um Schulklassen der 11. oder 12. Jahrgangsstufe weiterführender Schulen, die mit ihren Deutschkursen Wetzlars Goethestätten besuchen und an Goethe- und Altstadtführungen teilnehmen, weil sie in diesen Kursen gerade „den Werther“ oder andere Goethe-Literatur durchnehmen.

Mitglieder des Geschichtsvereins oder Altstadt-Einzelhändler von Relevanz war. Solange die Bedeutung des Tourismus nur von diesen Einzelpersonen kommuniziert wurde, war der Tourismus lokalpolitisch noch kaum anschlussfähig. Erst mit der statistischen, also intersubjektiv nachvollziehbaren, Beobachtung seines Wachstums seit den 1980er Jahren beschleunigte sich das kontext- und ressortübergreifende touristische Erwachen Wetzlars. So berichtet der ehemalige Oberbürgermeister mit Bezug auf die Zeit seit Mitte der 1980er Jahre, dass den „politisch Verantwortlichen der Stadt Wetzlar das wirtschaftliche Potential des Tourismus für ihre Stadt“ erst dann bewusst geworden sei, als dieses an „statistischen Nachprüfbarkeiten“ festgemacht werden konnte. Vor dieser Zeit sei auch nie vom Wetzlarer „Städtetourismus“ o.Ä. die Rede gewesen; für die Mehrheit der Wetzlarer habe Tourismus in Wetzlar schlicht nicht existiert. Mit seinen Aussagen spielt der ehemalige Oberbürgermeister nicht nur auf das touristische Wachstum der 1980er/1990er Jahre, sondern auch auf die Form seiner Beobachtung und Beschreibung an. Er findet somit (bewusst oder unbewusst) eine eigene Formulierung für die bekannte konstruktivistische Einsicht, dass nur das beobachtet wird (und als Realität gilt), was beobachtet wird. Oder anders gesagt: dass Beobachtungen der Realität (hier der touristischen Nachfrage) immer von den Formen der Beobachtung (bzw. den Beobachtungsperspektiven oder den Beobachtern und ihren Unterscheidungen) abhängen. Betrachtet man in diesem Sinne die 1980er und frühen 1990er Jahre, so fallen tatsächlich entscheidende Veränderungen in der Form der Beobachtung, d.h. der Zählung und Dokumentation, touristischer Nachfrage auf.

Seit 1980 erhält das Verkehrsamt der Stadt Wetzlar und mit ihm die lokale Administration einmal monatlich vom Hessischen Statistischen Landesamt die dort zentral gesammelten und addierten Übernachtungszahlen, die diesem von den einzelnen Wetzlarer Beherbergungsbetrieben und Hotels übermittelt werden. Wurde zuvor bei den jährlichen, damals vom Verkehrsamt direkt (d.h. ohne den Umweg über Wiesbaden) erstellten Auflistungen noch zwischen Übernachtungen im Winter- und Übernachtungen im Sommerhalbjahr unterschieden, so orientiert sich die Darstellung ab 1980 an ganzen Kalenderjahren. Schon deshalb sind die Zahlen vor und nach 1980 nur schwer zu vergleichen.¹⁹⁶ Nimmt man die nötigen Schätzungen jedoch in Kauf und vergleicht zum Beispiel die Jahre

196 Wollte man etwa einen Vergleich der Übernachtungen des Jahres 1980 (ca. 59.000) mit denen des Jahres 1975 anstellen, müsste man zu den Übernachtungen des Sommerhalbjahres 1975 (ca. 20.000) das Mittel derjenigen aus den beiden Winterhalbjahren 1974/75 (ca. 18.000) und 1975/76 (ca. 16.000) addieren, um eine Schätzung für das Kalenderjahr 1975 zu erhalten (ca. 37.000); vgl. Magistrat 1980, 212.

1975 (ca. 37.000) und 1980 (ca. 59.000), legt ein solcher Vergleich einen enormen, auch touristischen Übernachtungszuwachs nahe. Nicht jeder, derart schon auf die Beobachtung von Wachstum eingestimmte Beobachter der Wetzlarer Übernachtungsstatistik nimmt noch die Warnung des Verkehrsamtes oder anderer Eingeweihter wahr: Nach dem gescheiterten administrativen Experiment der Lahnstadt (1977-1979) habe sich dank verschiedener Eingemeindungen nicht nur die Einwohnerzahl der Stadt Wetzlar vergrößert (auf 54.000 Einwohner), sondern auch die Zahl der Übernachtungsmöglichkeiten im nun vergrößerten Stadtgebiet. Streng genommen verbietet sich also jeder Vergleich mit Zahlen vor 1980. Auch im Hinblick auf die statistische Beobachtung der touristischen Nachfrage bildet somit der Anfang des neuen Jahrzehnts eine Zäsur.

Jahr	Wetzlar	Lahn-Dill-Kreis	LDK ohne Wetzlar
1980	58.846	532.831	473.985
1981	54.595	441.064	386.469
1982	51.721	432.157	380.436
1983	54.333	417.082	362.749
1984	80.880	456.535	375.655
1985	101.341	438.540	337.199
1986	100.400	469.981	369.581
1987	107.691	475.850	368.159
1988	116.128	500.099	383.971
1989	123.611	441.835	318.224
1990	118.174	426.666	308.492
1991	124.989	425.075	300.086
1992	123.086	425.897	302.811
1993	113.590	397.497	283.907
1994	112.995	376.140	263.145
1995	119.001	332.652	213.651
1996	118.040	322.096	204.056
1997	139.549	336.958	197.409
1998	142.310	345.389	203.079
1999	143.098	342.454	199.356
2000	157.457	374.695	217.238
2001	149.147	363.254	214.107
2002	145.300	341.071	195.771
2003	146.620	344.048	197.428
2004	154.189	353.928	199.739
2005	160.976	370.899	209.923
2006	161.976	373.833	211.857

Tab. 2: Übernachtungsstatistik Wetzlar und Lahn-Dill-Kreis (Quelle: Hess. Stat. Landesamt)

Beschränkt man sich bei der Betrachtung der Übernachtungszahlen deshalb auf die Jahre seit 1980 (ca. 59.000 Übernachtungen), so dokumentiert die vom Verkehrsamt jährlich um die neuen Zahlen aus Wiesbaden erweiterte Tabelle nach einem kurzen Rückgang in den Jahren 1981 (ca. 55.000) und 1982 (ca. 52.000) einen fast kontinuierlichen Zuwachs bis 1989 (ca. 124.000) (s. Tab. 2). Bis 1996 schwankt dann die Zahl der jährlichen Übernachtungen um den Wert von 120.000 Übernachtungen pro Jahr, um bis 2000 noch einmal deutlich anzusteigen (157.000) und sich in den Folgejahren auf dem Niveau zwischen 145.000 (2002) und 149.000 (2001) einzupendeln. Noch beeindruckender als diese Zuwächse (Verdopplung von 1980 bis ca. 1990, knappe Verdreifachung von 1980 bis 2000) ist der Vergleich mit der Übernachtungsentwicklung des Lahn-Dill-Kreises, der der Stadt ebenfalls jährlich vom Statistischen Landesamt präsentiert wird. Wie die (neue) Stadt Wetzlar datiert auch das administrative Konstrukt des Lahn-Dill-Kreises auf den 1.8.1979 (zuvor: Kreis Wetzlar). Der Vergleich zeigt nun im gleichen Zeitraum von 1980 bis heute eine deutlich gegenläufige Entwicklung (s. Tab. 2). Während die Übernachtungen in Wetzlar in der beschriebenen Weise zunahmen, verzeichnet der Kreis – ohne die Stadt Wetzlar – einen starken Rückgang der Übernachtungen (von 474.000 im Jahre 1980 auf unter 198.000 in den Jahren 2002 und 2003). Auf diesen Vergleich stützen sich (nach eigenen Angaben) seit Mitte der 1980er Jahre das Verkehrsamt und seit Beginn der 1990er Jahre auch zunehmend Lokalpolitiker und Bürgermeister, um den Bedeutungszuwachs und das zukünftige Wachstumspotential des Tourismus zu untermauern: „Die Übernachtungszahlen in Wetzlar haben sich *gegen den Trend der Region* seit Anfang der 80er Jahre fast verdreifacht“ lauten die fast wortgleichen Formulierungen der Leiterin der Tourist-Info und des Oberbürgermeisters (s. Abb. 14).¹⁹⁷

197 Vgl. Maiworm 2002, 108, sowie die Pressemeldung des Magistrats der Stadt Wetzlar vom 5.6.2003 „OB Dette beantragt Sonntagsöffnung für Geschäfte“.

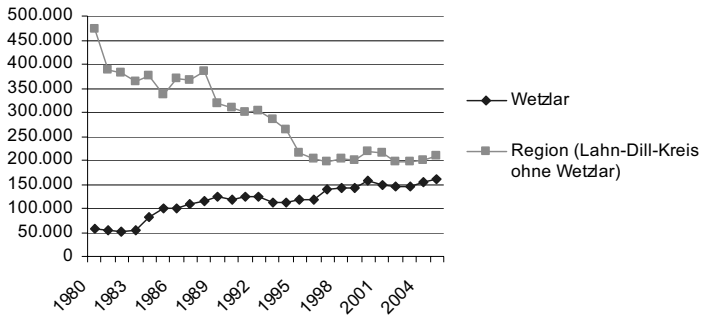
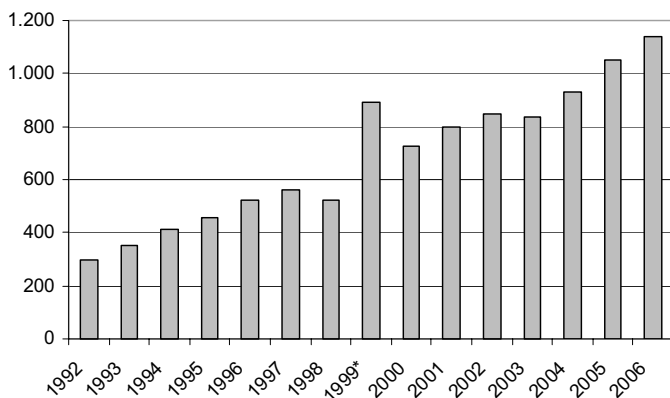


Abb. 14: Übernachtungen in Wetzlar und der Region (Quelle: Hess. Stat. Landesamt)

Die gegenläufige Entwicklung nutzt auch der Vergleich der vom Verkehrsamt Wetzlar berechneten Fremdenverkehrsintensitäten aus. Diese Kennzahl, „eine der wichtigsten Kennzahlen für die volkswirtschaftliche Bedeutung des Tourismus innerhalb einer Stadt oder eines Gebietes“ (Maiworm 2002, 110), gibt die Zahl der Übernachtungen bezogen auf 100 Einwohner an. Sie liegt im Jahre 2000 im Falle Wetzlars bei 299. „Zum Vergleich weitere Zahlen aus der Region: Der Lahn-Dill-Kreis weist im selben Jahr einen Wert von 143, die Stadt Gießen von 157, die Stadt Marburg einen Wert von 280 und die Stadt Limburg von 291 auf“ (ebd.). Der Beseitigung möglicher, noch vorhandener Zweifel an der wirtschaftlichen Bedeutung des Tourismus für Wetzlar dienen auch verschiedene Studien zur touristischen Wertschöpfung, die seit 1990 regelmäßig zitiert werden (in Publikationen des Verkehrsamtes, in Magistratssitzungen, in Zeitungsartikeln). Zwar liegt noch keine Wertschöpfungsstudie speziell zum Tourismus in Wetzlar vor. Die angeführten Untersuchungen des Deutschen Wirtschaftlichen Instituts in München (DWIF 1992), des Hessen Tourist Service e.V. oder der Universität Koblenz/Landau beziehen sich vielmehr auf den Lahn-Dill-Kreis, Hessen oder die Problematik der Schätzung der wirtschaftlichen Effekte des Tages- und Busreiseturismus für Städte im Allgemeinen. Doch dieses Manko versuchen die Bezugnehmenden durch Analogiebildungen auszugleichen. Die Aussagen der DWIF-Studie zu den (schwer zu messenden) wirtschaftlichen Effekten des Übernachtungs- und Tagestourismus im Lahn-Dill-Kreis, zum Beispiel, werden auf den Fall Wetzlar übertragen und durch „Berechnungen“ konkretisiert, die die Übernachtungszahlen des „Boomjahres 2000“ zugrunde legen und auf dieser Basis auch

den Umfang und die Wirkungen des Tagestourismus schätzen: „Insgesamt errechnet sich damit ein Nettoumsatz von über 50 Mio. DM und damit ein direkt tourismusinduziertes Einkommen von mehr als 18 Mio. DM“ (Maiworm 2002, 110).

Schließlich ist das Verkehrsamt an der Sichtbarwerdung des quantitativen Wachstums des Wetzlartourismus – und damit an seiner stärkeren politischen Förderung seit Mitte der 1990er Jahre – auch dadurch beteiligt, dass es – erstmals seit 1990 systematisch – die notierten Zahlen der durchgeführten Stadtführungen und Museumsbesuche von den einzelnen Führern und Museen zusammenträgt und verarbeitet. Sie werden entsprechend positiv (d.h., wenn möglich, die Wachstumstendenz betonend) in Tabellen- oder Diagrammform präsentiert, kommentiert und an Lokalpolitiker, Presse etc. weitergegeben (s. als Beispiel Abb. 15).



* Goethe-Jahr

Abb. 15: Stadtführungen in Wetzlar (Quelle: Tourist-Info bzw. Maiworm 2002, 108)

Touristische Wachstumsanstrengungen (seit 1995)

Nach der Phase des allmählichen touristischen Erwachens kann man für etwa Mitte der 1990er Jahre den Beginn der bisher letzten Entwicklungsphase des Wetzlartourismus ansetzen. Auch diese Phase ist von Expansion gekennzeichnet. Sie unterscheidet sich von den vorangehenden durch die strategischere Ausrichtung der Tourismusförderung, ihre zunehmende Professionalisierung und Vernetzung sowie die stärkere Beteiligung der Lokalpolitik. Wie im Falle der früheren Entwicklungs-

stufen erweist sich die (Re-)Produktion und Veränderung der Ortssemantik auch für die touristische Entwicklung seit 1995 als einer ihrer wesentlichen, da strukturierenden Bestandteile.

Politisierung

Die gestiegene Aufmerksamkeit der Lokalpolitik für den Themenbereich Tourismus hat verschiedene Gründe. Während der touristische Erfolg Wetzlars seit den 1980er Jahren immer sichtbarer wurde, bauten die traditionsreichen Industriebetriebe Arbeitsplätze ab und um. Hinzu kam 1992 die gleichzeitige Schließung der zwei Bundeswehrkasernen, in denen bis zu 7.000 Soldaten stationiert waren. Der Abzug der Soldaten und der Wegfall von ca. 2.000 zivilen, mit der Garnison verbundenen Arbeitsplätzen bedeutete einen einschneidenden Kaufkraftverlust, unter dem insbesondere der Wetzlarer Einzelhandel litt und der nach Experteneinschätzung trotz Konversionsbemühungen und neuer Arbeitsplätze Ende der 1990er Jahre bis heute nicht vollständig kompensiert werden konnte. Vor dem Hintergrund dieser ökonomischen Probleme rückte der Tourismus als potentieller Wachstumsbereich stärker ins politische Blickfeld. Einen entscheidenden Schub erhielt diese Entwicklung 1998 mit dem neuen Wirtschaftsdezernenten, der Tourismus erstmals strategisch als *Bestandteil* der Stadtentwicklungs- und Wirtschaftsförderungspolitik behandelte. Zusammen mit anderen stieß er mehrere wichtige Veränderungen an.

Die nun deutlich offensivere Haltung dem Tourismus gegenüber fand ihren ersten Ausdruck in dem Herauslösen des Verkehrsamtes aus dem ehemaligen Hauptamt, seiner Integration in das Amt für Wirtschaft und seiner personellen Aufstockung eine weitere Planstelle (auf insgesamt vier). Leitend sei dabei die Überzeugung gewesen, berichtet der verantwortliche Wirtschaftsdezernent, dass Tourismus nicht wie in der Vergangenheit *verwaltet* werden solle, sondern aktiv zu *gestalten* sei. Wenn man das übergeordnete Ziel der Stärkung des Wirtschafts- und insbesondere des Einzelhandelsstandortes verfolge, könne man sich nicht mit dem „funktionierenden historischen“ Wetzlartourismus (Dom, Goethe, Altstadt, Museen) zufrieden geben. Man müsse immer wieder neue Anreize (z.B. durch Konzerte, Wettkampfanstaltungen oder neue Einkaufsmöglichkeiten) schaffen, um zu Wiederholungsbesuchen zu motivieren. Man brauche daher ein erweitertes Verständnis von Tourismus, das auch Event- und Einkaufstourismus umfasse. Außerdem sei nicht nur der Tagestourismus durch neue Attraktionen und Events zu stärken, sondern es sei zwecks deutlicher Erhöhung tourismusbedingter

Einnahmen vor allem der Übernachtungstourismus zu entwickeln. Als Beispiele für das in Wetzlar neue Zusammendenken von aktiver Standortpolitik, Förderung von Einzelhandel und Tourismus seien vier erfolgreiche Entscheidungen und Projekte genannt. Sie dokumentieren die gegenwärtigen Versuche, die touristische Entwicklung im Sinne einer aktiven Stadtentwicklungspolitik zu beeinflussen.

Im Jahre 2001 wurde der vom Wirtschaftsdezernenten angeregte, mehrheitlich von der Stadt finanzierte, in den Räumen der Stadtverwaltung untergebrachte, von zwei Mitarbeitern betriebene und von einem Ökonom geleitete Verein „Stadt-Marketing“ gegründet. Seine zentrale Aufgabe besteht in der (in dieser Form erstmaligen) Vermarktung der Stadt „nach innen und außen“ (Stadt-Marketing Wetzlar 2002, 2). „Nach innen“ bemüht sich der Verein um die Integration, Vernetzung und den Interessenausgleich unterschiedlicher lokaler Akteure und Institutionen. Zu seinen Mitgliedern zählen vor allem Einzelhändler, Gastronomen und Hoteliers, aber auch Einrichtungen wie die Gesellschaft für Reichskammergerichtsforschung. Getragen von einer breit gefächerten Mitgliederstruktur fungierte der Verein von Beginn an als Vernetzungsinstantz und als „wichtiger Ansprechpartner von Politik und Verwaltung bei allen wesentlichen Themenbereichen der Stadt“ (ebd.). Für die Vermarktung „nach außen“ sind neben Werbekampagnen vor allem die Konzipierung und Durchführung von Veranstaltungen bedeutsam, „welche das Ziel haben, Besucher aus nah und fern nach Wetzlar zu holen, ihnen unsere schöne Stadt nahe zu bringen und sie als ständige Kunden und Besucher zu gewinnen“ (ebd.).¹⁹⁸ Da im Tourismus eine „Chance für die Stadt“ liege, „die noch nicht optimal genutzt wird“, unternimmt der „Stadt-Marketing“-Verein nach Aussage seines Geschäftsführers hier besondere Anstrengungen. Er kooperiere diesbezüglich eng mit dem Verkehrsamt (der heutigen Tourist-Information), den Altstadt-Einzelhändlern, Hoteliers und Gastronomen. Ein zentrales Instrument der Vermarktung und Vernetzung der Stadt „nach innen und außen“ ist ein Logo, das eine Werbefirma im Auftrag des Vereins entwickelt hat und das fortan möglichst alle Wetzlarer Einzelhändler und Einrichtungen bei ihrer Selbstdarstellung verwenden sollen. Dieses Logo besteht aus einem Wetzlar-Schriftzug und den vier „Image“-Elementen Dom, Altstadt, Lahnbrücke und Lahn (s. Abb. 16). Es stellt somit eine Fortentwicklung

198 Als Beispiele „erfolgreicher Events“ der letzten Jahre seien Gospel- und Blueskonzerte auf dem Domplatz, Gokartrennen, die an Wochenenden mehrere 10.000 Umlandbesucher anzogen und für die große Teile der Innenstadt gesperrt wurden, oder jährliche Feste wie das „Brückenfest“ oder das auf dem Schillermarkt in der Altstadt abgehaltene „Sommer- nachtsweinfest“ genant.

bzw. eine Stilisierung des alten, wohletablierten touristischen Wetzlarbildes dar. Deshalb findet es heute auch in allen neuen touristischen Broschüren Verwendung.



Abb. 16: Wetzlar-Logo (Quelle: Stadt-Marketing Wetzlar)

Das zweite Beispiel der wirtschaftspolitischen Förderung und Verknüpfung von Einzelhandel und Tourismus durch die Stadt ist die Einrichtung und Finanzierung des sog. Citybusses. Eingerichtet auf dringende Empfehlung des von einer Kölner Beratungsfirma entwickelten „Einzelhandelsentwicklungskonzeptes Wetzlar“ (Econ-Consult 1999, 11) verbindet dieser sehr günstige und häufig haltende Kleinbus die für Fußgänger und Touristen relativ weit auseinander liegenden „unterschiedlichen Einkaufsgebiete der Wetzlarer City“: den Bereich des Bahnhofs, die langgezogene Neustadt (Karl-Kellner-Ring, Langgasse) sowie die hügelige und für übliche Linienbusse zu enge Altstadt.

Das dritte Beispiel schließt an das vor dem Bahnhof gelegene neue innerstädtische Einkaufszentrum (das 2005 eröffnete sog. Forum Wetzlar) an. Um die mit seiner Planung, Genehmigung und Förderung verknüpften Erwartungen an zusätzliche, aus der weiteren Region stammende Tagestouristen zu erfüllen, hat in der jüngsten Vergangenheit – unter Beteiligung des Wirtschaftsdezernats, des Stadt-Marketing-Vereins, lokaler Firmen und Schulen, der Tourist-Information, der optischen Industrie und eines Fachhochschul-Professors – die Planung und Konzipierung zweier neuer touristischer Attraktionen begonnen: des sog. „Optik-Parcours“ und des neben dem Stadtmuseum und dem Lottehaus gelegenen „Haus der Optik“. Die (zumeist vor oder in der Nähe von ausgewählten Geschäften gelegenen) Stationen des „Optik-Parcours“ sollen optisch-technische Installationen bilden, die an die Tradition der optisch-feinmechanischen Industrie anschließen und für sie werben (vgl. Klingebiel et al. 2004). Neben der Schaffung dieser „Sehenswürdigkei-

ten‘ hat der „Optik-Parcours“ die Funktion, Ortsfremde aus der Bahnhofsgegend bzw. vom neuen Forum Wetzlar „spielerisch-entdeckend“ (ebd.) ins Mitmachmuseum „Haus der Optik“ und in die Altstadt zu führen und damit Interesse an den weiteren städtetouristischen Angeboten Wetzlars zu wecken.

Bei dem vierten Beispiel handelt es sich um den Bau der ebenfalls 2005 eröffneten sog. Mittelhessen-Arena (heute: Rittal-Arena) und damit um das umfangreichste und ambitionierteste Stadtentwicklungsprojekt der letzten Jahre. Diese auf dem Gelände des ehemaligen Güterbahnhofs am Lahnufer gelegene „Multifunktions“-Großanlage soll, vielfältig nutzbar (durch teleskopierbare Tribünen und variable Böden) und ausgestattet mit Neben- und Cateringräumen auf mehreren Ebenen, modernsten Standards und Ansprüchen an Sportveranstaltungen, Konzerte, Messen, Ausstellungen und Konferenzen genügen. Sie bietet zwischen 1.600 (Kongresse) und 5.000 Zuschauern oder Teilnehmern Platz. Der parteiübergreifende Konsens, mit dem die Planung der Mehrzweck-Arena in der Stadtverordnetenversammlung im Mai 2001 beschlossen wurde, besteht freilich schon lange nicht mehr. Die 5,6 Mio. Euro, mit denen die EU den Bau mit Mitteln aus ihrem Fonds zur Förderung des *Kulturtourismus* (!) unterstützt hat, vertreiben nicht die Sorgen um den zukünftigen jährlichen Subventionsbedarf, den die Stadt zu decken hat und der mit etwaiger Unterauslastung der Halle (weniger als 50 Veranstaltungen pro Jahr) noch einmal beträchtlich steigen dürfte. Immerhin steht die zukünftige Nutzung der Arena als regelmäßige Heimspielstätte des Wetzlarer Handball-Bundesligisten schon fest. Längerfristig will sich die Stadt mit dieser Einrichtung aber vor allem auch als überregionaler Kongress-Standort etablieren. Als organisatorische Schnittstelle zwischen Stadt, Städtetourismus sowie Tagungsplanung, -vermarktung und -vermietung wurde deshalb 2004 die Gesellschaft „Wetzlar Kongress“ gegründet. Ob die erfolgreiche Etablierung Wetzlars als überregionaler Kongressstandort gelingt und inwiefern dies den Wetzlartourismus nachhaltig verändern wird (höhere Übernachtungs- und Stadtführungszahlen, neue touristische Angebote usw.), bleibt abzuwarten.

Professionalisierung

Mit der Integration des ehemaligen Verkehrsamtes in das Wirtschaftsdezernat 1998 wurde auch sein Name geändert. Der neue Titel *Tourist-Information* sei, so die betroffenen Mitarbeiterinnen, moderner, international gebräuchlich und werde vom Deutschen Tourismusverband empfohlen. Außerdem habe er den Vorteil, dass nun fast ausschließlich tou-

rismusbezogene Fragen und kaum mehr solche zu Verkehrsbelangen im Allgemeinen hier eingingen. Die touristische Professionalisierung, die die Umbenennung begrifflich signalisiert, lässt sich auch sachbezogen belegen. Dazu seien im Folgenden verschiedene Veränderungen in der Organisation des Wetzlarer Tourismus benannt. War das Reiseziel Wetzlar lange Jahre ‚klassischeren‘ Orten des Tourismus nicht nur in puncto touristischer Nachfrage, sondern auch hinsichtlich der Professionalität seiner Organisation noch kaum vergleichbar, so hat sich dies in der jüngsten Vergangenheit deutlich gewandelt.

Trotz der tourismusbezogenen Aktivitäten des Wirtschaftsdezernates und des Stadt-Marketing-Vereins als neuer Akteure mit touristischen Ambitionen ist die Wetzlarer Tourist-Information *die* zentrale Einrichtung bei der alltäglichen Organisation des Tourismus geblieben. Daran hat auch ihre formale Ausgliederung aus der Stadtverwaltung zwecks Eingliederung in den städtischen Eigenbetrieb „Stadthalle“ im Jahre 2002 nichts geändert. Neben der Information der Touristen und der Vermittlung von Unterkünften oder Stadtführungen entwirft die Tourist-Information auch die meisten der neuen touristischen Angebote (z.B. thematische Führungen, Internetauftritt oder Prospekte) oder betreut zumindest ihre Entstehung als federführende Institution. Den politisch Verantwortlichen werden diese abschließend nur routinemäßig zur Genehmigung vorgelegt. So war es selbst bei der Vorbereitung des für die Stadt prestigeträchtigen Goethejahres 1999, die, nach Aussage des damaligen Wirtschaftsdezernenten, zu über 80% auf der Arbeit der Tourist-Information beruhte, die auch die wesentliche konzeptionelle Vorarbeit leistete. Den ersten größeren Professionalisierungsschub des ehemaligen Verkehrsamtes bewirkte die 1992 erfolgte Einstellung einer ortsfremden Wirtschafts- und Tourismusgeographin als neuer Leiterin. Mit ihr war erstmals eine qualifizierte Tourismus-Fachkraft für die lokale Organisation des Tourismus gewonnen. In den Folgejahren wurde auch bei der Besetzung der dann hinzugewonnenen Planstelle auf einschlägige Erfahrungen in der Tourismusarbeit geachtet.

Mit dem neuen Personal setzte eine systematischere und umfassendere Erfassung und Dokumentation der touristischen Nachfrage ein, die bei Bedarf in anschaulichen Diagrammen und Kurven präsentiert wird. Seit 1992 wird auf der Basis der vom Statistischen Landesamt gelieferten Übernachtungszahlen jährlich eine eigene Übernachtungsdatei fortgeschrieben, die auch nach einzelnen Übernachtungsbetrieben differenziert und um Informationen zu Kapazitätserweiterungen oder -verminderungen ergänzt wird. Daneben wird nun jährlich der Besuch aller

fünf Wetzlarer Altstadt-Museen¹⁹⁹ und die Teilnahme an Stadtführungen dokumentiert sowie eine kontinuierliche Anfragestatistik geführt. Die Statistiken werden differenziert nach Monaten und Museen bzw. Führungen oder „Quellgebieten“ der Besucher. Außerdem wurde Mitte der 1990er Jahre mit Hilfe kleiner Stichprobenuntersuchungen und durch Befragungen der Stadtführer erstmalig versucht, einen genaueren Einblick in die Struktur der touristischen Besucher zu erhalten. Seitdem ahnt man, dass die Besuchergruppen gemischerter sind als erwartet. Neben Rentnern, für die die Angebote der lokalen Gastronomie eine wesentliche Bedeutung für ihre Besuchszufriedenheit haben, und neben Schulklassen besuchen Wetzlar offensichtlich auch viele Berufstätige, Paare und Familien, die nur zu etwa einem Fünftel aus Hessen stammen und die neben den klassischen historischen Angeboten durchaus auch unterhaltende Events wie Straßenfeste wünschen. Um die Ausgestaltung des touristischen Angebots auf genauere und quantifizierbare Aussagen zu stützen, wären jedoch professionelle Befragungen nötig. Solange der Tourist-Information dafür das Personal und die finanziellen Mittel (noch) fehlen, behilft sie sich mit Untersuchungen, die im Rahmen studentischer oder kleinerer Forschungsprojekte an Fachhochschulen oder Universitäten zum Wetzlar- und/oder Lahntourismus durchgeführt wurden, auch wenn diese etwas anders gelagerte Interessen verfolgen.²⁰⁰

Das strategischere Vorgehen der Tourismusorganisation und -förderung zeigt sich auch daran, dass die Tourist-Information 2001 – zum ersten Mal überhaupt – ein „Tourismuskonzept Wetzlar“ erarbeitet hat. Dies geschah im Rahmen der Beantragung von EU-Fördermitteln für den Bau der „Mittelhessen-Arena“. Neben der weiteren Steigerung der Besucherzahlen durch Verbesserung und Stärkung des bisherigen touristischen Angebots werden als Leitziele vor allem die Steigerung des bundesweiten und auch internationalen Bekanntheitsgrades Wetzlars sowie seine Profilierung als Tagungs- und Kongressstandort formuliert (vgl. Tourist-Information 2001, 9). Die Stadt hat das 15seitige Konzept zwar bislang noch nicht zu einem „touristischen Leitbild“ weiterentwickelt, wie von der Tourist-Information seinerzeit erhofft. Immerhin dient es heute aber nicht nur der Tourist-Information für die Orientierung ihrer

199 Also nicht nur des Lotte- und des Jerusalemhauses, wie zuvor, sondern auch des Stadt- und Industriemuseums, des Palais Papius' (Sammlung „Europäische Wohnkultur“) und des Reichskammergerichtsmuseums.

200 Wie zum Beispiel die an der Fachhochschule Heilbronn erstellte Hausarbeit über eine Gästebefragung in Wetzlar (vgl. Depner et al. 2002) oder die Untersuchung zum „Boots- und Radtourismus an der Lahn“, die im Jahre 2001 am Geographischen Institut der Universität Gießen erstellt wurde (vgl. Seifert/Höher 2001).

Arbeit, sondern auch dem Stadtplanungsamt als Text-Grundlage für neue Bewerbungen um weitere (EU- bzw. hessische) Infrastruktur-Fördermittel.

Wie die an diesem Beispiel angedeutete Kooperation zwischen Stadtplanungsamt und Tourist-Information hat nach Aussage aller Beteiligten auch die Zusammenarbeit mit dem Oberbürgermeister, dem Kulturamt, dem Wirtschaftsdezernat, dem Bauamt, der lokalen Gastronomie, den Hoteliers und den Museen an Effektivität und Professionalität gewonnen. Dies ist nicht erst der Erfolg des Stadt-Marketing-Vereins. Schon die umfassende touristische Wegweisung (übersichtliche Fußgänger-Ausschilderung der Altstadt-Sehenswürdigkeiten, touristische Hotelwegweisung innerhalb eines Parkleitsystems, touristische Beschilderung des Lahn-Radwanderweges mit Hinweisen auf die Wetzlarer Altstadt), die Mitte bis Ende der 1990er Jahre konzipiert und verwirklicht wurde, war das Ergebnis einer zielgerichteteren Kooperation. Die Beschilderung und die Ausweisung möglicher Spazierwege in und durch die Altstadt tragen wesentlich zur Schaffung eines kompakten, homogenen, klar lokalisierbaren und sinnlich erfahrbaren städtetouristischen Kulturraums bei. Ähnlich eng wird heute beim Ausbau der Infrastruktur für den Fahrrad- und Bootstourismus (z.B. bei der Schaffung einer altstadtnahen Bootsanlegestelle mit Umkleidemöglichkeiten und Biergarten) oder bei der Planung eines Optikmuseums in der Altstadt, das zugleich Teil des geplanten „optischen Lehrpfades“ (s.o.) werden soll, zusammengearbeitet. Ebenfalls wesentlich professioneller als in der Vergangenheit gestaltet sich die Kooperation mit den regionalen wie überregionalen Tourismusverbänden (Hessen Tourist Service e.V. bzw. heute: Hessen Agentur, Lahntal Tourismus Verband e.V., Freizeitregion Lahn-Dill, Deutsche Zentrale für Tourismus, Deutsche Fachwerkstraße). Die Wetzlarer Tourist-Information unterstützt die für sie relevant erscheinenden Verbände durch Mitgliedschaft, besucht regelmäßig ihre Messen oder Arbeitstreffen und präsentiert sich dabei als aufstrebende Stadt des Tourismus. Außerdem stimmt sie neue touristische Aktivitäten mit den Verbänden ab (z.B. durch Beachtung der Themenjahre von DZT und HTS und Diskussion über mögliche eigene Beiträge) und nutzt ihre Marketingnetzwerke und Publikationsorgane zur touristischen Eigenwerbung.

Auch die touristischen Angebote selbst und die Form der Präsentation Wetzlars als touristisches Reiseziel haben sich im letzten Jahrzehnt weiter verändert. Die Stadtführungen, zum Beispiel, haben sich qualitativ dadurch verbessert, dass seit 2000 neue Stadtführer durch Mitglieder des Wetzlarer Geschichtsvereins, des Historischen Archivs und der Tourist-Information systematisch geschult werden. Zum Abschluss ihrer et-

wa einjährigen Ausbildung müssen sie eine kleine Prüfung inklusive Probeführung ablegen. Erst nach erfolgreichem Abschluss dieser Vorbereitung werden sie in die Gruppe der von der Tourist-Information vermittelten Stadtführer aufgenommen. Außerdem nehmen die Schulungs-Experten unregelmäßige Kontrollen der Arbeit der Stadtführer vor, indem sie sich unangemeldet unter die geführten Touristen mischen. Auf diese Weise gelang es nach Aussage der Schulungsbeauftragten nicht nur, inhaltliche „Fehler“ zu minimieren, sondern die Führungen auch weiter zu standardisieren. Mit anderen Worten: Der touristisch anzubietende Kulturraum „historische (Alt-)Stadt“ wurde perfektioniert. Der Qualitätssteigerung, Standardisierung und besseren Vermittelbarkeit in Hotels und Restaurants dient auch die Beschränkung der Gruppengrößen. Wurden in den 1980er Jahren, wenn gewünscht, auch Gruppen von bis zu 50 Teilnehmern geführt, so werden heute nur noch Gruppen von maximal 25 bis 30 Personen zugelassen. Neu ist darüber hinaus, dass während der Rundgänge die fünf Altstadt-Museen kurz vorgestellt und empfohlen werden und dass auf die seit wenigen Jahren ebenfalls angebotenen speziellen Museumsführungen hingewiesen wird. Die Museen spüren diese Werbung in der Form steigender Besucherzahlen und haben sich auf Kurzbesuche ganzer Stadtführungsgruppen eingestellt. Zur Professionalisierung gehört auch, dass die angebotenen touristischen Leistungen nicht mehr kostenlos sind. So wird erst seit den 1990er Jahren für die von der Tourist-Information vermittelten Gruppenführungen eine Gebühr erhoben.²⁰¹ War diese anfangs noch sehr gering, wurde sie nach dem Wechsel der Tourist-Information zum städtischen Eigenbetrieb der Stadthalle auf das „marktübliche“ Niveau angehoben.

Trotz der höheren Stadtführungspreise kann die Tourist-Information in Wetzlar noch lange nicht gewinnbringend wirtschaften. Zwar werde zunehmend auch in der Tourismusförderung auf Gewinnorientierung geachtet, doch die zentrale Motivation für die Preiserhöhung, so die Leiterin der Tourist-Information, sei der durch „marktübliche“ Preise nach außen kommunizierte Eindruck von touristischer Professionalität gewesen – nach dem Motto „Was so viel billiger als anderswo ist, kann auch nicht gut und lohnend sein“. Auch die Eintrittspreise für die Altstadt-Museen wurden aus diesem Grund in den letzten Jahren nicht nur vereinheitlicht, sondern auch erhöht.²⁰²

201 Noch bis heute werden an Sonntagen auch kostenlose Stadtführungen angeboten.

202 Mit € 2,50 liegt der Eintritt für ein Wetzlarer Museum im Vergleich mit anderen Städten zwar immer noch niedrig, doch angesichts des erst vor wenigen Jahren eingeführten „symbolischen“ Eintritts von € 0,50 ist die Steigerung beachtlich. Noch heute missfällt dem (von Stadtverwaltung

Hinter der weiteren Ausdifferenzierung des ohnehin schon breit gefächerten Stadtführungsangebots steht seit Mitte der 1990er Jahre stärker als zuvor die strategische Entscheidung der Tourist-Information, touristisches Wachstum durch Vergrößerung, Variation und stete Innovation des Angebots zu erreichen. So werden heute auf Wunsch – durch entsprechend geschulte Führer – auch Stadtführungen für Blinde, Altstadtführungen auf Englisch oder Französisch, sog. Nachtstadtführungen, Kostümführungen, Kneipenführungen, kulinarische Führungen (z.B. „Speisen wie zu Lottes und Goethes Zeiten“) oder geführte Umlandausflüge durchgeführt. Besonders erfolgreich sind die erst seit 2001 angebotenen sog. „Erlebnis STATT Führungen“, für deren Konzeption ein Regisseur, ein oder zwei professionelle sowie verschiedene, mit historischen Kostümen ausgestattete Laien-Schauspieler gewonnen werden konnten: „Begleitet durch kurze Theaterszenen bummeln die Zuschauer durch Wetzlars *Altstadt*, während vor ihren Augen die *Geschichte der Stadt* und ihrer Bewohner lebendig wird. Unterhaltsam aufbereitet und historisch korrekt, aufwändig ausgestattet und vor authentischer Kulisse“²⁰³ werden so jährlich, jeweils in einem Zeitraum von zwei Spätsommerwochen, etwa 40, bereits im voraus ausgebuchte Führungen zu den Themen „Mittelalterliches Wetzlar“ (2001 und 2002) und „Goethes Lotte in Wetzlar – ein wünschenswertes Frauenzimmer“ (seit 2003) veranstaltet. Schon nach ihrem vielversprechenden Start im Jahre 2001 hatte die Tourist-Information beschlossen, diese Veranstaltungsreihe zu „institutionalisieren“ (vgl. Tourist-Information 2001, 11). Die „Erlebnis STATT Führungen“ stellen nicht nur ein Beispiel für die erfolgreiche Kreation eines wiederholbaren, städtetouristischen Events dar. Sie sind auch ein Beispiel für den gelungenen Versuch, einen möglichst homogenen, sinnlich eindeutig wahrnehmbaren, historischen (i.e. goetheisierten) Kulturraum *Alt-Stadt* zu produzieren.

Eine weitere wichtige Neuerung besteht in der Konzeption von Angebotspaketen. Auch hier holt Wetzlar in den letzten Jahren das nach, was in ‚klassischeren‘ Tourismusstädten schon länger praktiziert wird. Erste Pakete wurden für die chinesischen Besuchergruppen geschnürt, die seit dem Beginn der Zusammenarbeit mit einer chinesischen Reiseagentur im Jahre 2001 jährlich Wetzlar besuchen. Sie umfassten Stadtführungen, Führungen durch die lokalen Industriebetriebe, Übernachtungen und Restaurantreservierungen. Zunehmend versuchten Tourist-

und Tourist-Information zur Einführung bzw. Erhöhung von Eintritten (gedrängten) Leiter der Wetzlarer Museen die Vorstellung, für das Jahrzehntlang für die Bürger kostenlose, d.h. von der Stadt finanzierte, „Kulturgut“ Museum Geld zu verlangen.

203 Zitiert aus: Prospekt „Erlebnis STATT Führung“, 2004.

Information und Stadtführer, auch die lokale Gastronomie in neue Pauschalangebote mit einzubinden. Dies gelang z.B. bei der „Futtergassenführung“ oder der Führung „Essen und Trinken im mittelalterlichen Wetzlar“. Bei beiden wird der „Altstadtpaziergang“ mit einem entsprechenden „Menü“, auf Wunsch sogar im „passenden musikalischen Rahmen“, abgeschlossen. Den entscheidenden Schub hat diese Entwicklung aber erst mit dem Baubeginn der Wetzlar-Arena erfahren. In Erwartung stark steigender Nachfrage konzipiert die Tourist-Information gegenwärtig, in Zusammenarbeit mit „Wetzlar Kongress“, eine ganze Palette möglicher Rahmenprogramme für Tagungs- und andere Gäste. Die individuell kombinier- und modifizierbaren Tages- und Wochenendpakete reichen von „Altstadtführungen“ mit oder ohne Verpflegung über „Goethe-Events“ bis zu „Aktivprogrammen“ wie der „Stadtralley“ (für Jugendgruppen).

Parallel zu den geschilderten Veränderungen ist auch die Form der touristischen Präsentation Wetzlars professioneller geworden. Hier sind neben diversen und kontinuierlichen Werbeanstrengungen²⁰⁴ sowie der Einrichtung eines auf der Homepage der Stadt angesiedelten Internetauftritts der Tourist-Information vor allem die neuen touristischen Broschüren der letzten Jahre zu nennen. Im Rahmen einer Broschürenreihe wurden vier einander ergänzende Prospekte entwickelt: „Stadtführungen und Ausflüge“, ein Sonderprospekt „Erlebnis Statt Führung“, ein „Gastgeberverzeichnis“ und eine „Kongressbroschüre“²⁰⁵. Verglichen mit älteren Broschüren, sind die neuen wesentlich klarer strukturiert und inhaltlich fokussierter. Auffallend ist ihre einheitliche Gestaltung. Alle vier Broschüren sind farblich gleich unterlegt oder gerahmt, alle verwenden das neue (Stadt-Marketing-)Logo, die gleiche Schriftform und einheitliche Fotogrößen. Neben anderem Infomaterial und älteren Broschüren (z.B. dem nach wie vor zentralen Faltblatt „Historischer Rund-

204 Beispiele aktiver Werbung in den letzten Jahren sind: Anzeigen in regionalen Zeitungen, Einladungen von Reportern überregionaler Zeitungen, Werbung auf Messen, stärkere Kooperation mit Busreiseveranstaltern, Versenden von touristischen Broschüren, aktives Anschreiben von vergangenen und potentiellen Städtetouristen und Informieren über neue Angebote durch sog. Mailings (elektronische Infopost an alle in der Anfragedatei gesammelten Adressen).

205 Mit einleitender Kurzpräsentation der Vorteile des Kongressstandortes Wetzlar (Zentralität und gute Verkehrsanbindung, „romantisches Lahntal“, „malerische Altstadt“, „modernes Stadtleben“), mit ausführlicher Beschreibung der möglichen Tagungsstätten in Wetzlar und Umland (allen voran: die neue Mittelhessen- bzw. Rittal-Arena), mit Kurzportraits der Übernachtungsmöglichkeiten, mit „Vorschlägen für das Tagungs-Begleitprogramm“ sowie mit dem abschließenden Angebot der umfassenden Detailplanung durch „Wetzlar-Kongress“.

weg in der Altstadt“) liegen diese Broschüren heute in einer Tourist-Information aus, die ebenfalls frisch renoviert ist. So signalisieren schließlich auch der bauliche Wandel und die modernisierte Gestaltung der Tourist-Information (einladende Glastür statt schwerer Holztür, helle Farben, Computerterminal im regengeschützten Eingangsbereich für Information zu Schließungszeiten, Lese- und Wartecken, Vitrinen für Souvenirverkauf usw.) touristische Professionalität.

Formen und Grenzen des Wachstums

Die genannten Veränderungen und bewussten Wachstumsanstrengungen seit etwa Mitte der 1990er Jahre ermöglichten und begleiteten die weitere touristische Expansion und Stabilisierung. Die Anzahl der von der Tourist-Information vermittelten Stadtführungen hat sich zwischen 1995 und 2003 fast verdoppelt (von 455 auf 834), was auf einen deutlichen Anstieg des Tagestourismus schließen lässt (s.u.: Tab. 3). Nach dem statistischen Ausreißer 1999 (889 Führungen), der durch das touristisch sehr erfolgreiche Goethejahr (250. Geburtstag) mit seinen vielfältigen, über das Jahr verteilten „Sonder-Angeboten“²⁰⁶ bedingt war,²⁰⁷ liegt die Zahl der Führungen mittlerweile bei über 1000 pro Jahr. Aber auch die Übernachtungsstatistik weist eine positive Entwicklung aus (s.o.: Tab. 2). Nach dem Anstieg von knapp 120.000 Übernachtungen im Jahre 1995 auf knapp 160.000 im Jahre 2000, hat sich die Zahl der jährlichen Übernachtungen vor der Eröffnung der Mittelhessen-Arena 2005 auf einem Niveau von knapp 150.000 konsolidiert.

206 I.e.: Goethebezogene Fachvorträge, Stadtführungen, Events, Ausstellungen.

207 Auch im Falle der jährlichen Besucherzahlen der fünf Altstadt Museen lässt sich der Impuls von Themenjahren oder Themenschwerpunkten nachweisen: Überdurchschnittlich viele Besucher wurden nicht nur im Goethejahr 1999 (insbesondere im Lotte- und im Jerusalemhaus) verzeichnet, sondern auch im Jahre 2002, in dem das Reichskammergerichtsmuseum mit seiner großen, überregional beachteten Ausstellung „Kaiser Maximilian I. – Bewahrer und Reformier“ fast so viele Besucher anzog, wie die anderen vier Museen zusammen.

	1992	1993	1994	1995	1996	1997	1998	1999	2000	2001	2002	2003	2004	2005	2006
Jan.	2	7	7	6	5	6	4	8	7	9	7	9	12	17	20
Feb.	3	8	10	8	8	6	6	11	7	5	12	10	9	17	19
März	2	22	17	21	28	16	26	26	28	25	25	25	28	36	28
April	17	23	36	18	28	52	34	59	55	52	67	29	59	70	72
Mai	44	39	48	69	92	84	73	138	104	142	90	142	120	131	153
Juni	37	57	59	73	81	91	78	182	109	120	143	121	145	173	184
Juli	41	50	71	45	56	79	70	80	60	60	87	116	130	126	145
Aug.	33	21	30	28	51	44	42	71	97	120	104	79	73	105	105
Sept.	55	61	61	91	68	81	92	170	132	132	148	119	136	146	191
Okt.	34	35	45	57	59	71	60	77	75	89	103	99	122	108	104
Nov.	20	15	18	25	31	17	26	45	32	23	33	34	57	52	50
Dez.	1	16	12	14	18	12	14	22	21	22	30	51	40	72	70
	298	345	414	455	525	559	525	889	727	799	849	834	931	1053	1141

Tab. 3: Entwicklung der Wetzlarer Stadtführungen (Quelle: Erhebungen der Tourist-Information)

Interpretiert man die Förderungs- und Wachstumsentwicklungen des jüngeren Wetzlartourismus zusammenfassend unter ortssemantischen Gesichtspunkten, wird vor dem Hintergrund des bis Anfang der 1990er Jahre erreichten Standes eine Zweiteilung der touristischen Entwicklung sichtbar.

Einerseits lässt sich in direkter Fortsetzung der Entwicklung bis 1995 eine weitere Reproduktion und damit Verfestigung der Altstadtsemantik beobachten. Touristisches Angebot wie touristische Nachfrage fokussieren nach wie vor zu einem wesentlichen Teil auf die flächenräumliche Altstadt und die durch sie etablierten und mit ihr verbundenen ‚Inhalte‘ Geschichte, Fachwerk, Goethe, Reichskammergericht, Altstadt-Museen usw.²⁰⁸ Die Durchsetzung der Altstadt als zentralem tou-

208 Der historisierende Altstadtblick strukturiert nicht nur die Präsentation des Reiseziels Wetzlar in den Broschüren seit 1995 oder die Weiterentwicklung der vielfältigen, thematisch differenzierten Altstadt-Führungen. Auch die neue Strategie, mit der Tourist-Information und Stadt (bzw. Oberbürgermeister, Wirtschaftsdezernat, Stadt-Marketing, Städtische Museen, Historisches Archiv) in enger Zusammenarbeit versuchen, aktive Tourismusförderung durch immer neue Akzentsetzungen und „thematische Highlights“ (wie es in ihrer Sprache heißt) zu betreiben, wird zu großen Teilen durch die semantische Klammer Altstadt strukturiert: Nach dem erfolgreichen Goethejahr 1999 zielten auch die Schwerpunkte „Mittelalterliches Wetzlar“ (2001), „Kaiser Maximilian“ (2002) und „Lottejahr“ (2003: 250. Geburtstag der Charlotte Buff) mit der überwältigenden Mehrheit ihrer Angebote auf die Altstadt.

ristischem Beobachtungsschema in der Phase des touristischen Erwachens (1980-1995) kann daher als *eine* Voraussetzung des Wachstums seit 1995 gedeutet werden. Denn dieses Wachstum beruht auf der immer strategischeren Entwicklung und Vermarktung altstadtbezogener Themen und Verortungen sowie auf verschiedenen Versuchen der Perfektionierung eines homogenen Kulturraums Alt-Stadt (z.B. durch einheitliche Beschilderung und Prospektgestaltung oder durch die schauspielerisch ausgestalteten „Erlebnis STATT Führungen“).

Andererseits lässt sich für den gleichen Zeitraum eine ortssemantische Diversifizierung beobachten. Denn neben der Altstadt werden zum einen wieder stärker die „natürlichen“ Reize des nahen Umlandes (Lahntal, Hügellandschaft, Aktivurlaub) betont, zum anderen die Modernität des Reiseziels Wetzlar (Kongresse bzw. Mittelhessen/Rittal-Arena, Events, Einkaufszentrum Forum Wetzlar, optische Industrie bzw. optischer Lehrpfad). Auch die touristische Diversifizierung seit den 1990er Jahren kann auf die semantische Vorgeschichte der Destination zurückgreifen.

So knüpfen die umlandbezogenen Darstellungen und Angebotsbeschreibungen in den Broschüren, auf den Internetseiten oder während entsprechender Führungen und Ausflüge unübersehbar an das ortssemantische Erbe der touristischen Grundlegungsphase (bis 1939) an. Auf der Suche nach Stärkungs- und Wachstumsmöglichkeiten der touristischen Entwicklung war es naheliegend, Anschluss an den an Bedeutung gewinnenden sog. Regionaltourismus (hier: den Lahntaltourismus) bzw. an die wachsende Popularität von körper- und naturbetonten Tourismusformen (Wandern, Radfahren, Paddeln entlang und auf der Lahn) zu suchen. Die Tourist-Information verfährt dazu zweigleisig. Indem sie Wetzlar (auch) als Bestandteil der Destination Lahntal präsentiert (und dies organisatorisch durch Mitarbeit im Lahntal Tourismus Verband flankiert), versucht sie, die Lahntaltouristen für Wetzlar zu gewinnen. Umgekehrt präsentiert sie den Wetzlartouristen die (Alt-)Stadt als geeignete Basis für verschiedene Ausflüge ins Umland.²⁰⁹ Fast wie von

209 Neben dem Angebot entsprechender Umlandführungen oder -ausflüge findet man auf den Internetseiten differenzierte Vorschläge für „Wetzlar in zwei Stunden“ (Altstadt kompakt mit Dom und Lottehaus), „in vier Stunden“ (historischer Altstadt Rundgang in Kurzform, einschließlich Dom und Hinweisen auf die anderen Altstadtmuseen), „in einem Tag“ (historischer Altstadt Rundgang, einschließlich Stadt- und Industriemuseum, plus Spaziergang auf einen der benachbarten Hügel mit Altstadt- und Umlandblick) oder „in zwei Tagen“ (Altstadt plus Umlandausflüge bzw. Aktivurlaub wie Radfahren an der Lahn). Diese nicht mehr ganz neuen Besichtigungsvorschläge werden zur Zeit von der Tourist-Information überarbeitet und zu verschiedenen, pauschal buchbare Ein- und

selbst stellen sich dabei die tradierten Umlandbeschreibungen („romantisches Lahntal“, „malerische Täler“, „eindrucksvolle Schlösser“, „Märchenschloss Braunfels“ usw.) und territorial relationierten Verknüpfungsformen von (Alt-)Stadt und Umland (z.B. durch Goethes Spaziergänge, aber auch durch den schon früh codierten Blick von den benachbarten Hügeln auf die Altstadt, das Lahntal und das weitere Umland mit den „Ausläufern von Westerwald und Taunus“) wieder ein.

Ebenso beerben die Darstellungen, die neben der sehenswerten Altstadt gerade die Modernität Wetzlars herausstellen, – gewollt oder ungewollt – eine touristische Tradition. Sie reproduzieren den dichotomen semantischen Fundus (Historizität vs. Modernität) aus der Phase des touristischen Dämmerchlafs (1945-1980). Auch ihre touristische Verbreitung wird zwar durch die Tourist-Information – in Form von Angebotsbeschreibungen in Broschüren usw. – gefördert. Die Renaissance der touristischen alt/neu-Kommunikation resultiert aber ursächlich daraus, dass mit dem gestiegenen touristischen Interesse der Lokalpolitik und der Gründung des Stadt-Marketing-Vereins neue Akteure hinzugekommen sind. Diese Akteure erhoffen sich von der Förderung des Tourismus die Stärkung des Einzelhandels und die Belebung der Stadtentwicklung. Wohl wissend, dass nicht nur Wetzlar mit Goethe und seiner Altstadt wirbt, erscheinen ihnen die Wachstumspotentiale eines allein historisierenden Wetzlartourismus als zu gering. Deshalb bemühen sie sich, neue, explizit moderne Attraktionen zu schaffen (z.B. das Einkaufszentrum, verschiedenartige Events oder die Mittelhessen- bzw. Rittal-Arena) und sie bzw. die Kommunikation ihrer Modernität mit den Stärken des bisherigen Tourismus (Altstadt) zu verbinden.²¹⁰ Im ortssemantischen Ergebnis führt dies zur Wiederbelebung der die alt/neu-Gegensätze „harmonisch“ verbindenden relationalen Raumkonstruktion einer „traditionsreichen modernen Stadt“.²¹¹ In diesem relationalen Stadtraum bilden die „mittelalterlichen Marktplätze, engen Gassen, schönen Fachwerkhäuser und Barockbauten der malerischen Altstadt“ (*hier*) einen „reizvollen Kontrast zur Geschäftigkeit modernen Stadtle-

Mehrtagespaketen (einschließlich Unterkunft, Verpflegung, Führungen und Museumsbesuchen) weiterentwickelt.

210 Durch Einrichtungen wie den „optischen Lehrpfad“, der Modernes – Shopping oder Erzeugnisse der optischen Industrie – mit Altem verknüpfen soll, durch Events – wie Modeschauen vor der Domkulisse oder Straßenfeste in Altstadtnähe – oder durch städte- und umlandtouristische Angebotspakete für Kongressbesucher.

211 Vgl. die Rede von der „Stadt der harmonischen Kontraste“, mit „denkwürdiger Vergangenheit und aufwärtsstrebender Gegenwart“, und die mit ihr verbundene ortssemantische Erweiterung in der langen Nachkriegszeit; s. das Unterkapitel *Touristischer Dämmerchlaf*.

bens“ und zu „Unternehmen wie Buderus und Leica“, die „modernste Technologie für den Weltmarkt“ fertigen (*dort*). Wie in diesen Zitaten aus der „Kongressbroschüre“ (2004), die für Wetzlar als modernen Tagungsstandort wirbt, findet man auch in anderen jüngeren Prospekten und touristischen Wetzlarpräsentationen fast wörtliche Wiederholungen der heterogenisierenden Kommunikationsformen aus der (wenig erfolgreichen) Phase des touristischen Dämmer schlafs.

Die Förderungs- und Wachstumsentwicklungen des jüngeren Wetzlartourismus basieren also sowohl auf einer ortssemantischen Fokussierung (auf die Altstadt) als auch auf einer neuerlichen ortssemantischen Diversifizierung und Umdeutung (Altstadt/Geschichte *und* Umland *und* „modernes“ Wetzlar/Gegenwart). Beide Formen sind, historisch betrachtet, keine Neuerfindungen. Sie greifen im Gegenteil – unter aktuellen Bedingungen (bewusste Wachstumsanstrengungen; Bau der Kongresshalle; Paddeln auf der Lahn) – auf ein Formenrepertoire zurück, das im topographischen Gedächtnis der Destination Wetzlar sedimentiert ist. Anders formuliert: Die lange touristische (Vor-)Geschichte Wetzlars ermöglicht und stabilisiert die Formen der gegenwärtigen Entwicklung. Darüber hinaus bestätigt sich auch für die jüngste Phase, in der die Bedeutung tourismusbezogener Netzwerke weiter zunimmt, die oben ausgeführte Interpretation, dass die Kommunikationsform Altstadt als Mechanismus der Systemvermittlung und Netzwirkbildung fungiert. Dieser Befund lässt sich auch für andere prominente Formen der touristischen Ortssemantik belegen: Auch das Umland, die Orte der optischen Industrie oder die Rittal-Arena übernehmen kontextvermittelnde Funktionen und setzen verschiedene touristische Akteure (und Touristen) in ein wechselseitiges Stabilisierungsverhältnis. In diesem Sinne wirkt schließlich auch das neue alte Logo (d.h. der durch das Stadt-Marketing stilisierte, klassische Vier-Elemente-Blick; s.o.: Abb. 16) ‚integrierend‘ und damit tourismusfördernd.

Die jüngeren Entwicklungen bergen allerdings auch Hinweise auf mögliche Grenzen des Wachstums. Zwar mögen alle Förderungsformen für sich genommen durchaus erfolgreich (gewesen) sein. Auch mag deshalb die Pluralisierung der Tourismusförderung und die mit ihr einhergehende ortssemantische Diversifizierung (vorläufig) weitere Wachstumschancen versprechen. Doch in der Gesamtschau fällt auch etwas anderes auf. Sichtbar wird in den letzten Jahren ein Schwanken zwischen Fokussierung und Diversifizierung, zwischen Stärkung der städte-touristisch kompakten Flächenraumkonzeption (Altstadt) und Reetablierung einer relationalen Konzeption des Stadtraums. Durch die ortssemantische Wiedereinbeziehung und Aufwertung des Umlandes, der (optischen) Industrie und der „modernen Stadt“ und durch den verhältnis-

mäßig raschen Wechsel thematischer Schwerpunkte wird die eindeutige Dominanz, die die Altstadt als touristisches Beobachtungsschema noch bis Mitte der 1990er Jahre innehatte, abgeschwächt. Das räumlich-thematische ‚Sowohl-als-Auch‘ des Wetzlartourismus war schon für seine Anfänge symptomatisch. Wie in der Phase der touristischen Grundlegung bis 1939 führt es auch heute zu einer charakteristischen Mehrfachcodierung. Touristisch gesehen ist Wetzlar nicht nur Goethes-tadt, Domstadt, ehemalige Reichsstadt oder Altstadt, sondern mehr: die „im romantischen Lahntal gelegene“, „traditionsreiche *moderne* Stadt“, wie es in der aktuellen Kongressbroschüre (2004) heißt. Selbst die „malerische Altstadt“ besteht aus „schönen Fachwerkhäusern *und* Barockbauten“ (ebd.).

Darauf angesprochen, beklagt die Leiterin der Tourist-Information das Fehlen eines semantisch klaren und übergeordneten Profils. Wetzlar habe es schon immer an einem für den touristischen Wettbewerb so wichtigen „Alleinstellungsmerkmal“ gemangelt, mit dem Reiseziele wie Heidelberg („Stadt der Romantik“), Rothenburg ob der Tauber („mittelalterliche Stadt“), Weimar („Stadt der Klassik“) oder Fulda („Stadt des Barock“) so erfolgreich arbeiten und kontinuierlich werben. Daher suche sie bei der Konzeption von Broschüren und Werbematerialien stets nach Möglichkeiten einer Schärfung des touristischen Profils. Nach der vorangehenden Analyse dürfte vor allem eine vorrangig flächenraumbezogene Profilbildung vielversprechend sein. So hat die Rekonstruktion der städtetouristischen Entwicklung Wetzlars gezeigt, dass immer diejenigen Phasen von Zuwächsen und neuen Strukturbildungen geprägt waren, in denen sich eine vergleichsweise territorial kompakte, eindeutig kulturalisierte Konstruktion der Stadt durchsetzen und festigen konnte. Dieser Befund bestätigt die theoretische Annahme, dass – zumindest für ‚kleinstädtische‘ Destinationen – territorial zusammenhängende und an körperfundierter Wahrnehmung orientierte Flächen- bzw. Behälterraumkonstruktionen im Vergleich mit relationalen, d.h. territorial nicht zusammenhängenden, Raumkonstruktionen (die alltägliche Erfahrungen wie Fragmentierung des Sozialen oder Auflösung territorialer Einheiten zu bestätigen scheinen) touristisch attraktiver sind.²¹² Sie erlauben es eher, dass die kommunizierten Kulturräume als Einheiten erfahren und damit als Erholungs- oder Alltagsdistanzierungsangebote wahrgenommen werden. Als Schemata, die auch wahrnehmungsleitend fungieren, vermögen deshalb flächenraumbasierte Ortssemantiken die touristische Entwicklung einer Destination nachhaltiger zu strukturieren als relatio-

212 Siehe das Unterkapitel *Alltagsdistanz durch Flächenräume* im Kapitel *Städte des Tourismus und Städtetouristen*.

nalraumbasierte Formen, die Heterogenität betonen. Dies belegen letztlich auch die von der Wetzlarer Tourismusexpertin angeführten Konkurrenten. Ob Heidelberg, Rothenburg ob der Tauber, Weimar oder Fulda – ihre oben zitierten touristischen Images basieren alle auf lang tradierten, kulturalisierten und kompakten Flächenraumkonstruktionen. Ebenso deuten die beiden dem Verfasser bekannten Befragungen Wetzlarer Touristen darauf hin, dass diese mehrheitlich und *primär* die Altstadt, Wetzlar als „historische Stadt“ oder Wetzlars historische Sehenswürdigkeiten erleben wollen (vgl. Depner et al. 2000, 27 u. 32; Seifert/Höher 2001, 12) – und nicht Wetzlars territoriale Heterogenität oder die „reizvollen Kontraste“ der „traditionsreichen *modernen Stadt*“.²¹³

Vor diesem Hintergrund ist das Erstarken der neuen touristischen Akteure ambivalent zu bewerten. Sicherlich führen die wachstumsorientierten Bestrebungen des Wirtschaftsdezernates und des Stadt-Marketing-Vereins, nicht nur auf Geschichte und Goethe, sondern auch stärker auf Shopping, Events, Kongresse oder die Vermarktung der optischen Industrie zu setzen, zu verschiedenen Wachstumsimpulsen. Doch sie tragen eben auch zur ortssemantischen ‚Spreizung‘ des Wetzlartourismus und zur Verwischung seines Profils bei. Sie konnten im Kontext des Wetzlartourismus überhaupt nur deshalb so schnell an Gewicht gewinnen, weil schon seine Geschichte von Mehrfachcodierung und relationalräumlichen Stadtkonstruktionen geprägt gewesen war und kein flächenraumbezogenes Merkmal phasenübergreifend dominiert hat. Dass in einem solchen Falle auch der lokalpolitisch geförderte Ausbau der Stadt zu einem Kongressstandort touristisch anders integriert werden kann, zeigt das Beispiel Fulda.²¹⁴ Im Gegensatz zur Wetzlarer Betonung, Geschichte und Gegenwart (in Form des territorial relationierten „Kontrasts von Altstadt und moderner Stadt“) zu vereinen, verzichtet die entsprechende Kongressbroschüre Fuldas (2003) auf diese Erweiterung. Sie beschränkt sich darauf, weiterhin das „berühmte Barockviertel“ oder „Charme und Geschichte“ der „barocken Innenstadt“ anzupreisen.

213 Aus der Sicht der hier durchgeführten Rekonstruktion des Wetzlartourismus hätte daher eine vorrangig auf die Altstadt bezogene „Lottestad Wetzlar“ nicht die schlechtesten Chancen, als ein auch längerfristig überzeugendes Alleinstellungsmerkmal zu fungieren.

214 Die für die Entstehungsgeschichte der städtetouristischen Destination *Fulda* charakteristische und phasenübergreifende Dominanz einer flächenräumlichen Form (das „Barockviertel“) sowie einer darauf basierenden Stadtkonstruktion („Fulda – Stadt des Barocks“) belegen die Ergebnisse des Projektseminars „Tourismus und Stadt“, das im Wintersemester 2004/2005 an der Universität Frankfurt a.M. durchgeführt wurde. Siehe exemplarisch: Idies/Müller 2005.

Raumreflektierendes Fazit

Die am Beispiel Wetzlars durchgeführte Rekonstruktion der Entstehung einer städtetouristischen Destination bestätigt die angenommene Koevolution von Semantik und Struktur. Insbesondere unterstreicht sie, dass die Unterscheidung von städtetouristischer Ortssemantik und städtetouristischer Strukturbildung analytisch sinnvoll ist. Die Unterscheidung erlaubt, den Blick auf ein wechselseitiges Ermöglichungs- und Einschränkungsverhältnis zu richten, dessen Analyse für das Verständnis der Genese einer Stadt des Tourismus von grundlegender Bedeutung ist. Im Rahmen der Untersuchung dieses Wechselverhältnisses wird unter anderem sichtbar, inwiefern die im Medium des Raums gebildeten und reproduzierten Formen strukturbildende, strukturlimitierende und strukturstabilisierende Folgen haben.

Wie andere städtetouristische Ortssemantiken ist auch diejenige des Fallbeispiels durch die Verknüpfung des Beobachtungsschemas Kultur mit räumlichen Unterscheidungen und die dadurch bewirkte Komplexitätsreduzierende Verortung der Kultur gekennzeichnet. Als Formenvorrat bildet sie das *topographische Gedächtnis* der Destination und ihrer Strukturentwicklung. Gedächtnis bedeutet zunächst, dass die durch Wiederholung sukzessive fortgeschriebenen und verfestigten Kultur-Raum-Verknüpfungen Beobachtungsformen darstellen, die zur Wiederverwendung zur Verfügung stehen und die Erwartungen präformieren. Sie bilden generalisierte, situationsunabhängige und historisch beständige Begriffs-, Themen-, Bilder- oder Unterscheidungsvorräte. Als solche ermöglichen und strukturieren sie den Prozess der touristischen Entwicklung und stellen den Rahmen für Veränderungen dar. Zum Beispiel orientieren sich neben Touristen auch neue Akteure, Sehenswürdigkeiten und Beschreibungsformen mehr oder weniger stark am schon etablierten touristischen Image der Stadt, ebenso wie sich dieses durch strukturelle Veränderungen in der Organisation des Städtetourismus weiter fortentwickeln kann. Die städtetouristische Genese verläuft in diesem Sinne nicht zufällig; sie ist immer vorstrukturiert. Manche strukturelle Veränderungen passen sich gut in schon tradierte Beobachtungsformen und dadurch strukturierte touristische Erwartungen ein (z.B. eine neue „Altstadtführung“ oder das Reichskammergerichtsmuseum), manche forcieren ihre Umformung oder Neuausrichtung (z.B. die Integration der lokalen Industrie oder einer Möbelsammlung als Standorte im Besichtigungsprogramm). Durch Wiederholung lagern sich auch ursprünglich weniger anschlussfähige Formen im topographischen Gedächtnis ab (z.B. die durch Industrieführungen, industriebezogene Beschreibungen und ihre territorialen Verortungen hervorgerufene topographische Er-

weiterung der touristischen Stadt). Auch sie entfalten bei Gelegenheit ein Erinnerungspotential, an das angeschlossen und das weiterentwickelt werden kann (z.B. als „Kontrast von Altstadt und moderner Stadt“). Die *Pfadabhängigkeit* der städtetouristischen Entwicklung erweist sich folglich insgesamt als das Resultat des Wechselverhältnisses von Ortssemantik und Struktur.

Räumliche Unterscheidungen und Formen wirken nicht nur erinnernd und orientierend, sie können Strukturbildungen auch auslösen und städtetouristisches Wachstum verstärken. Dies zeigt das Beispiel der touristischen Entdeckung der Wetzlarer Altstadt sehr deutlich. Historisch vorgeformt durch den bereits fokussierten Blick auf „Alt-Wetzlar“ (die „alte Stadt“ usw.) ermöglicht die territoriale Reduktion Wetzlars auf die Altstadt die Partizipation am allgemeinen Wachstumstrend des *heritage tourism*. Sie initiiert und unterstützt eine erstaunliche Steigerung und Ausdifferenzierung des touristischen Angebots. Diese städtetouristische Komplexitätssteigerung durch territoriumsbezogene Reduktion basiert auf zwei Merkmalen, die mit der Beobachtungsform Altstadt – stärker als mit anderen räumlichen Formen des Wetzlartourismus – verbundenen sind: auf der durch die Altstadt-Verortung ermöglichten Asymmetrisierung des städtetouristischen Blicks sowie auf der weiteren flächenräumlichen Verdichtung der Stadt zu einer leichter wahrnehmbaren, kultur-räumlichen Einheit.²¹⁵

Mit dem letzten Punkt ist ein weiteres Ergebnis angesprochen. So illustriert die Fallanalyse, dass der ortssemantische Formenvorrat des Städtetourismus keineswegs beliebig konstruier- und reproduzierbar ist. Denn trotz allen strategischen Bemühens der beteiligten und auf Profit, Standort-Marketing oder Anderes zielenden Organisationen bleiben die kommunizierten Verdinglichungen und Verortungen immer an die Wahrnehmbarkeit durch Städtetouristen gebunden.²¹⁶ Wie der missglückte langjährige Versuch, die Industrie im Rahmen einer relational-räumlichen Konstruktionsweise der Stadt in das Besichtigungsrepertoire des Wetzlarer Städtetourismus zu integrieren, indirekt demonstriert, sind daher nicht alle der vom Verkehrsamt (oder anderen touristischen Organisationen) ‚künstlich‘ konstruierten Sehenswürdigkeiten und nicht alle der aus verschiedenen Ortsdiskursen komponierten Beobachtungs- oder Beschreibungsformen erfolgreich. Touristische Sehenswürdigkeiten und Beobachtungsweisen werden durch Nachfrage, d.h. durch Bereisung und

215 Siehe dazu die beiden Unterkapitel *Verdinglichung und Verortung* sowie *Alltagsdistanz durch Flächenräume* im Kapitel *Städte des Tourismus und Städtetouristen*.

216 Siehe das Unterkapitel *Site-Seeing* im Kapitel *Städte des Tourismus und Städtetouristen*.

die mit ihr verknüpfte Wahrnehmung, lizenziert. Auf diese Weise kommt es zur ‚Erdung‘ der städtetouristischen Ortssemantik. Neben der Kondensierung und Konfirmierung ihrer kulturellen und räumlichen Unterscheidungen durch Wiederholung (vgl. Luhmann 1998, 431) trägt auch der über Wahrnehmung stabilisierte und lizenzierte Bezug auf Materialität und Territorialität der Stadt zu ihrer auffälligen Persistenz bei.

Als letzte wichtige Eigenschaft verortender Semantiken, die bei der Rekonstruktion des Fallbeispiels Wetzlar (vor allem anhand der Altstadt) sichtbar wurde, sei ihre kontextvermittelnde sowie netzwerkbildende und -stabilisierende Funktion festgehalten. So vermögen ausgezeichnete Orte²¹⁷ die touristische Entwicklung dadurch zu strukturieren, dass sie verschiedene, ansonsten voneinander unabhängige Akteure, Systeme oder Organisationen in eine durch die Orientierung an ihnen vermittelte Beziehung setzen. Durch geteilte Ortsbezüge können systemübergreifende Kommunikationsprozesse für einen gewissen Zeitraum koordiniert werden. Die dadurch möglichen Leistungstransfers und Netzwerkeffekte können, wie das Beispiel der Gründung des Wetzlarer Reichskammergerichtsmuseums zeigt, städtetouristische Strukturen durch Neubildung und Erweiterung verändern (und bereichern).

Aber auch durch die Tatsache, dass Orte in verschiedenen Kommunikationszusammenhängen je nach Bedarf als abstrakte – d.h. Komplexität durch Verortung reduzierende (oder ausblendende) – Begriffe reproduziert und mit neuen Bedeutungen aufgeladen werden können, fungieren sie kontextvermittelnd. Auch ‚hinter dem Rücken‘ der beteiligten Akteure kann der Bezug auf einzelne Orte Koordinationseffekte erzeugen. Bedeutsam ist diese nicht-intentionale Funktion von Orten bzw. Ortssemantiken für das Fallbeispiel u.a. deshalb, weil sich der Wetzlartourismus lange Zeit ‚von unten‘ entwickelte. Als Gedächtnis der Destination strukturierte die Ortssemantik die städtetouristische Entwicklung auch schon zu Zeiten, als formale Vernetzung und strategische Planung noch in weiter Zukunft lagen. Die dynamische Entwicklung der letzten 20 Jahre, die mit der Formbildung Altstadt eingeleitet wurde, wäre ohne die lang präformierte touristische Topographie Wetzlars und die sie erzeugenden und durch sie vermittelten sozialen Kontexte so nicht möglich gewesen. Das topographische Gedächtnis scheint daher insgesamt das zu ersetzen, was die Programmierung im Falle von Funktionssystemen leistet. Es spezifiziert situationsübergreifend die Anschlussmöglichkeiten touristischer Kommunikation und legt fest, was an Wetzlar bereisens- und in Wetzlar sehenswert ist.

217 Zum Beispiel die mit Hilfe territorialisierender Bezüge ausgezeichneten Wetzlarer Orte „Altstadt“, „Umland“, „Lahnbrücke“ oder „Lottehaus“.

