

30.11.2011

Das "Filetstück" – verramscht: Was ist los mit der Wasserfallregion?

Hätte man sich nicht besser schon zu früherem Zeitpunkt für eine tourismusrelevante Verwendung des Triberger Filetstücks stark machen können – im Tandem mit dem Ferienland Schwarzwald, wozu Triberg gehört? Allein eine zündende Idee hat gefehlt, sagen manche. – Wirklich?

Zukunftsorientierte Ideen zur sinnvollen Verwendung des ehemaligen Bühler-Areals, die gibt es und hat es gegeben. Einige davon sind vor anderthalb Jahren unter dem Thema „Drei-Seen-Konzept“ (Qualitätstourismus in der Wasserfallregion, <http://www.maxhaberstroh.de/index.htm#swtrikonzept>) veröffentlicht worden. Darin wurde mit viel Sinn für Originalität, Realität und bodenständiger Symbolkraft ein Modell mit mehreren Modulen skizziert, wonach Tribergs „Filetstück“ ein wahres Paradebeispiel touristischer Kreativität hätte werden können. Doch wer von den Entscheidern hat sich jemals ernstlich damit befasst?

Es geht um nichts Geringeres als um das touristische „Auge und Ohr“ der Raumschaft, mit dem Wasserfall, der Wallfahrtskirche und dem Schwarzwaldmuseum ein Ensemble heimatlicher Erinnerung und kulturgeschichtlichen Raumschaftsbewusstseins. Die große Chance, dieses Ensemble um eine sinnvolle Bebauung des Bühler-Areals zu ergänzen, war – und ist – gegeben. Doch anstatt ein Zentrum mit städtebaulicher und damit werblicher Alleinstellung zu schaffen, spricht jetzt die Banalität eines geplanten Supermarktes dem „Filetstück“ am Wasserfall geballt hohn. In der DDR nannte man so etwas „Lebensmittel-Stützpunkt“.

Das Ansinnen mag rein funktional sogar einleuchten. Doch damit hat man dem Wahren, Schönen und Guten topographischer Einmaligkeit wahrlich die Krone natur- und kulturhistorischer Ignoranz aufgesetzt. Gab es für Triberg anderswo keinen Platz für einen Vollversorger als direkt am Wasserfall? Etwa in der Ökobrache „Adelheid“, dem ausgewiesenen Gewerbegebiet?

Solche planerischen Betriebsunfälle, von der Disneylandisierung Tribergs à la Erlebniswelt bis zur Supermarkt-Trivialität, können eigentlich nur mangels eines ganzheitlichen Entwicklungskonzepts passieren. Was wollen eigentlich Triberg und die Raumschaft – oder besser: Was soll eigentlich werden aus dieser schönen, aber langsam morbiden Gegend? Wo bleibt die visionäre Führung, die das Mögliche langfristig und schöpferisch umsetzt?

MAX HABERSTROH

INTERNATIONALER BERATER FÜR NACHHALTIGEN TOURISMUS
BRANDING (MARKENFÜHRUNG), DESTINATIONSMANAGEMENT, MARKETING
Tel. Deutschland ++49-7722-91 92 11, Mobil ++49-175-65 85 286
haberstroh-max@t-online.de
www.maxhaberstroh.de

Anstatt es der Kirche nachzumachen, die neben Schonach und Schönwald wohl in absehbarer Zeit auch die Pfarrei Triberg in ihre Seelsorgeeinheit aufnimmt und dort ihren Sitz haben wird, bauen die politischen Gemeinden millionenschwer an ihren Rathäusern – in voller Kenntnis dessen, dass auch ihnen die Mitbürger davonlaufen. Wo ist da ein ausgewogenes Handeln, das einerseits der sogenannten normativen Kraft des Faktischen Rechnung trägt, andererseits nachhaltig und zukunftsweisend in die natürliche und kulturelle Attraktivität der Raumschaft investiert? Und damit neue Kräfte schafft, die gleichwohl das Faktische bestimmen?

Wenn unsere Raumschaft wirtschaftlich auf drei Beinen steht – Industrie, Landwirtschaft und Tourismus – welches ist das Standbein, welche sind die Stützbeine? Hinter vorgehaltener Hand heißt es, man habe sich schon vor Jahren de facto für das produzierende Gewerbe entschieden.

Sieht es hierzulande nicht so aus: Gut laufende Gaststätten gibt's bevorzugt auf Waldlichtungen „jotweeede“ und an den Ortsrändern, und die größten Kuckucksuhren der Welt ticken anstatt prominent im Ortszentrum nur in Schattenlöchern zwischen Schonach-Untertal und Schonachbach. Dafür nehmen zunehmend unbewohnte Gebäude, geschlossene Geschäfte und Parkplätze und jetzt ein geplanter Supermarkt die Schokoladenseiten unserer Ortsbilder ein – während Ferienland-Banderolen sich hinter Hecken an Brückengeländern verstecken oder irgendwie verloren an Bahngleisen stehen, unweit einer ebenso verirrt wirkenden schwäbischen Dampflok.

Derweil machen andere Gemeinden uns vor, was unter einem schlüssigen und harmonisch wirkenden Ortsbild zu verstehen ist (zum Beispiel Haslach, Engen, Tegernsee). Schon der Chronist meint (aus: Chronik der Gemeinde Schonach im Schwarzwald, 1981, Seite 455): „... Was liegt näher ..., als das vielleicht schon leerstehende alte Haus nebenan zu kaufen, es abzubrechen und dort die Autos seiner Gäste unterzubringen?“ Und weiter: „Hat er, hat der Bürgermeister aber auch bedacht, dass der Abbruch es uns erschwert, uns in diesem Dorf zurechtzufinden? Denn Parkplätze sind sich meist ziemlich ähnlich, Häuser dagegen sind Geschöpfe von oftmals eigener Wesensart, die nicht ohne weiteres ersatzlos beseitigt ... werden können“.

Ein Trost wäre dann nur noch, wenn eines Tages die leerstehenden Rathäuser in einer Art „gastronomischer Rekultivierung“ richtige Ratskeller beherbergten und darüber hinaus wieder eine ähnlich kreative und einzigartige Ausstellung Einzug fände wie damals im alten Rathaus in Schonach, bevor man es abriß. Baufällig, gewiss, waren Rathaus und Hotel Lamm „Geschöpfe von eigener Wesensart“, wie der Chronist sagen würde. Sie wurden ersetzt durch einen Parkplatz und ein neues Rathaus, ein durchaus schmuckes aber heimatarchitektonisch irrelevantes Bauwerk, das überall stehen könnte.

Plätze und Gebäude können Identifikation erzeugen, Identität schaffen. Bis es soweit ist, dass wir in der Raumschaft wieder ein Bewusstsein über kulturgeschichtliche Zusammenhänge auch im Detail entwickeln, so, wie es uns andere vormachen – solange dürfen wir uns immerhin über die höchsten Wasserfälle und das kleinste Standesamt Deutschlands freuen, über die weltgrößten Kuckucksuhren und die weltweit einzige Tiefgarage mit Fenstern.