



verbraucherzentrale

Baden-Württemberg

VENEDIG – ROMANTIKIDEAL ODER TOURISMUSHÖLLE?

Geographieeinheit zur Wirkung eines Dienstleistungsbereichs auf den Raum und zur Umsetzung der Leitperspektive Verbraucherbildung. Hochglanzbilder und Werbeversprechen in Reiseprospekten können oft Fernweh wecken und zum Träumen einladen. Bilden diese Darstellungen immer die Realität ab?



„URLAUB IN VENEDIG“

„Kaum eine andere Stadt bietet so viele historische Sehenswürdigkeiten und geschichtsträchtige Gebäude wie Venedig. Das besondere Flair zieht jedes Jahr Millionen von Reisenden aus aller Welt für eine Wochenendreise oder einen Kurzurlaub an.“

– <https://www.expedia.de/Venedig.dx179981> –
(letzter Zugriff am 16.03.2021)



„URLAUB IN VENEDIG MIT WEG.DE“

„In Venedig Urlaub zu machen, ist wie eine Zeitreise in längst vergangene Epochen: Keine modernen Betonbauten und kein Verkehrslärm stören den Zauber der stillen Gassen, die von unzähligen kleinen Wasserstraßen durchzogen werden. (...) [E]in Besuch des Markusplatzes [gehört] zum Pflichtprogramm (...): Der prächtige byzantinische Markusdom zeugt ebenso vom einstigen Reichtum der mächtigen Republik Venedig wie der benachbarte Dogenpalast mit seinen prunkvoll ausgeschmückten Räumen. Über die Seufzerbrücke geht es in die alten Kerker des Palastes, zu deren berühmtesten ‚Gästen‘ Casanova gehörte. Ein Aufzug bringt Besucher zur Aussichtsplattform des Campanile: Von hier bietet sich ein traumhafter Blick über Venedig und die Lagune - eben Italien Urlaub von seiner schönsten Seite.“

– weg.de/urlaub/italien/venetien/venedig –
(letzter Zugriff am 18.07.2016)



**Der
Markusplatz**

**Die Gondeln in
den Kanälen
von Venedig**



**Der Markusplatz
mit Kreuzfahrtschiff
im Hintergrund**



... Aufgabe 1

Vergleicht die Darstellungen in den Reiseprospekten mit den Informationen auf eurer Karte.

... Aufgabe 2

Stellt eure Ergebnisse auf einem Plakat dar.



Bevölkerung/Einheimische

Immer mehr Venezianer verlassen die Stadt. Nur noch um die 58.000 Einwohner leben in der Altstadt (vor 60 Jahren waren es in etwa doppelt so viele). Auslöser für die Abwanderung sind z.B. steigende Immobilienpreise und Mieten sowie teure Cafés und Restaurants. Außerdem werden nur noch die Interessen des Tourismus verfolgt: öffentliche Einrichtungen wie Krankenhäuser oder Schulen schließen zugunsten von z.B. Hotels. Auch die Mobilität ist eingeschränkt: durch die vielen Touristen kommen die Einheimischen kaum noch von A nach B. So wird die ursprüngliche Kultur und Lebensart langsam zurückgedrängt.

Venedig war bis 1797 Hauptstadt der Republik Venedig und mit über 180.000 Einwohnern eine der größten europäischen Städte und eine bedeutende Handels- und Seemacht: Durch die günstige geographische Lage war Venedig in der Lage, den Handel im Mittelmeerraum zu dominieren und entwickelte sich zum größten Finanzzentrum. Von dem großen Reichtum der Stadt zeugen heute noch prächtige Paläste. In der Mitte des 19. Jahrhunderts wurde Venedig Teil Italiens.



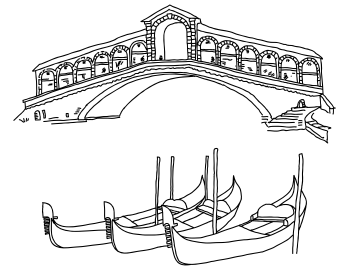
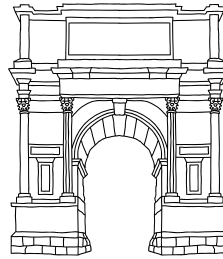


... Aufgabe 1

Vergleicht die Darstellungen in den Reiseprospekten mit den Informationen auf eurer Karte.

... Aufgabe 2

Stellt eure Ergebnisse auf einem Plakat dar.



Historische Gebäude

Durch die steigenden Immobilienpreise stehen viele Häuser leer. Sie sind an reiche Ausländer verkauft oder vermietet, die diese nur kurze Zeit im Jahr nutzen. Das führt auch zum Verfall der historischen Bauten. Renovierungen sind zudem sehr teuer und werden deshalb oftmals nicht fachgerecht ausgeführt. Die Gebäude drohen außerdem immer weiter abzusacken. Der sandige, matschige Untergrund der Lagune gibt unter dem Gewicht der Häuser immer mehr nach. Die Vibrationen der Kreuzfahrtschiffe verstärken diesen Effekt zusätzlich.

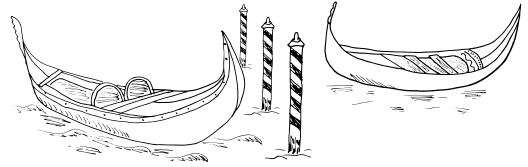
Venedig war bis 1797 Hauptstadt der Republik Venedig und mit über 180.000 Einwohnern eine der größten europäischen Städte und eine bedeutende Handels- und Seemacht: Durch die günstige geographische Lage war Venedig in der Lage, den Handel im Mittelmeerraum zu dominieren und entwickelte sich zum größten Finanzzentrum. Von dem großen Reichtum der Stadt zeugen heute noch prächtige Paläste. In der Mitte des 19. Jahrhunderts wurde Venedig Teil Italiens.





... Aufgabe 1

Vergleicht die Darstellungen in den Reiseprospekten mit den Informationen auf eurer Karte.



... Aufgabe 2

Stellt eure Ergebnisse auf einem Plakat dar.

Hochwasser

Die Altstadt wird seit jeher mehrmals im Jahr überschwemmt. Allerdings werden die Hochwasserereignisse immer häufiger und heftiger. Zum einen bedroht der weltweite Meeresspiegelanstieg die Lagune, zum anderen verstärkt das kontinuierliche Absinken der Häuser durch den sandigen, matschigen Boden die Auswirkungen des Hochwassers. Da die Industrie rund um Venedig Grundwasser unter der Lagune abpumpt, sinken die historischen Bauten noch schneller ab. Zusätzlich gefährden die Abwässer der Stadt das empfindliche Ökosystem der Lagune, das maßgeblich die Hochwasserlagen mitbestimmt. Wird das Ökosystem gestört, fließt das Meerwasser völlig ungehindert in die Lagune. Experten vermuten, dass das Ausbaggern einer neuen Fahrrinne für große Kreuzfahrtschiffe den Zustand ebenfalls noch verschlimmern könnte.

Venedig war bis 1797 Hauptstadt der Republik Venedig und mit über 180.000 Einwohnern eine der größten europäischen Städte und eine bedeutende Handels- und Seemacht: Durch die günstige geographische Lage war Venedig in der Lage, den Handel im Mittelmeerraum zu dominieren und entwickelte sich zum größten Finanzzentrum. Von dem großen Reichtum der Stadt zeugen heute noch prächtige Paläste. In der Mitte des 19. Jahrhunderts wurde Venedig Teil Italiens.





... Aufgabe 1

Vergleicht die Darstellungen in den Reiseprospekten mit den Informationen auf eurer Karte.

... Aufgabe 2

Stellt eure Ergebnisse auf einem Plakat dar.



Müllentsorgung/Abwasser

Venedig hat ein hohes Müllaufkommen von ca. 58.000 t pro Jahr, das vor allem durch Tagestourismus verursacht wird. Dieser Müll muss aufwendig mit speziellen Booten ans Festland transportiert werden. Die Anwohner müssen dafür hohe Gebühren bezahlen. Wird der Müll nicht täglich abtransportiert, zieht er Ungeziefer an. Auch das Abwasser ist ein großes Problem: es wird direkt in die Kanäle geleitet, verschmutzt so die Lagune und führt zeitweise zu Geruchsbelästigung.

Venedig war bis 1797 Hauptstadt der Republik Venedig und mit über 180.000 Einwohnern eine der größten europäischen Städte und eine bedeutende Handels- und Seemacht: Durch die günstige geographische Lage war Venedig in der Lage, den Handel im Mittelmeerraum zu dominieren und entwickelte sich zum größten Finanzzentrum. Von dem großen Reichtum der Stadt zeugen heute noch prächtige Paläste. In der Mitte des 19. Jahrhunderts wurde Venedig Teil Italiens.



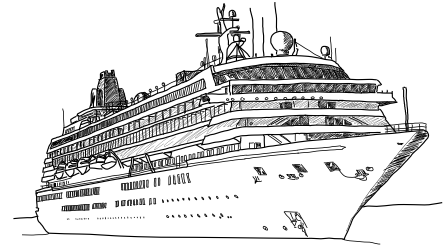


... Aufgabe 1

Vergleicht die Darstellungen in den Reiseprospekten mit den Informationen auf eurer Karte.

... Aufgabe 2

Stellt eure Ergebnisse auf einem Plakat dar.



Kreuzfahrten

Kreuzfahrtschiffe bringen sehr viele Touristen nach Venedig. Bis zu neun Schiffe liegen gleichzeitig vor Anker, das bedeutet ca. 3 Mio Besucher, die alle auf einmal die Stadt bevölkern und die engen Gassen und Kanäle zeitweise verstopfen. Einerseits bringen die Gäste einen Gewinn von ca. 290 Mio € pro Jahr, das entspricht jedoch andererseits in etwa den Kosten, die durch diese Form von Tourismus verursacht werden. Der Wellenschlag und die Vibrationen der Motoren schädigen die Fundamente der Gebäude, Ausstöße verschmutzen die Umwelt massiv und schädigen die Fassaden (ein Schiff verursacht etwa so viele Emissionen wie 14.000 Autos). Dazu kommt, dass die Hafengebühr nicht der Stadt zugutekommt, sondern diese vom Staat kassiert wird.

Venedig war bis 1797 Hauptstadt der Republik Venedig und mit über 180.000 Einwohnern eine der größten europäischen Städte und eine bedeutende Handels- und Seemacht: Durch die günstige geographische Lage war Venedig in der Lage, den Handel im Mittelmeerraum zu dominieren und entwickelte sich zum größten Finanzzentrum. Von dem großen Reichtum der Stadt zeugen heute noch prächtige Paläste. In der Mitte des 19. Jahrhunderts wurde Venedig Teil Italiens.



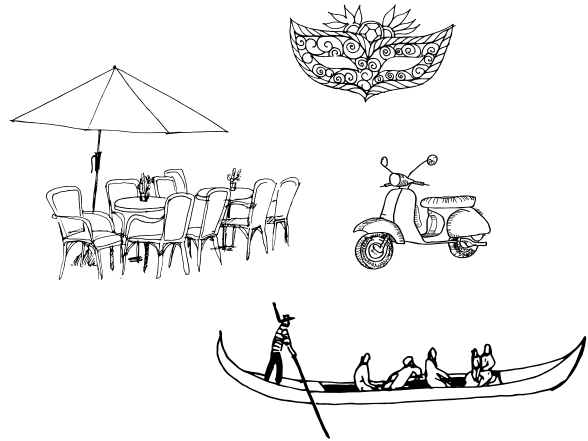


... Aufgabe 1

Vergleicht die Darstellungen in den Reiseprospekten mit den Informationen auf eurer Karte.

... Aufgabe 2

Stellt eure Ergebnisse auf einem Plakat dar.



Tagestourismus und Übernachtungstourismus

Etwa 20 – 30 Mio. Menschen insgesamt besuchen Venedig jährlich. Dabei handelt es sich jedoch meist um Tagesgäste. Nur ca. 2,5 Mio. Touristen übernachten pro Jahr. Die Tagestouristen bringen aber kaum Geld in die Stadt. Sie konsumieren sehr wenig, da sie auf den Kreuzfahrtschiffen rundum versorgt werden oder ihre eigene Verpflegung mitbringen, weil sie im Vergleich zu den Einheimischen zum Teil ordentliche Aufpreise zahlen müssen. Dafür hinterlassen sie aber ihren Müll. Einheimische berichten zudem, dass sie sich durch die teilweise schlechten Manieren der Besucher in ihrem Alltag belästigt fühlen.

Venedig war bis 1797 Hauptstadt der Republik Venedig und mit über 180.000 Einwohnern eine der größten europäischen Städte und eine bedeutende Handels- und Seemacht: Durch die günstige geographische Lage war Venedig in der Lage, den Handel im Mittelmeerraum zu dominieren und entwickelte sich zum größten Finanzzentrum. Von dem großen Reichtum der Stadt zeugen heute noch prächtige Paläste. In der Mitte des 19. Jahrhunderts wurde Venedig Teil Italiens.





... Aufgabe 1

Führt einen Gallerywalk durch. Betrachtet dabei die Plakate der anderen Gruppen aufmerksam und notiert, wenn nötig, Fragen.



... Aufgabe 2



Bildet Gruppen, in denen jeweils mindestens ein Experte zu jedem Thema ist.

... Aufgabe 3

Formuliert gemeinsam einen Eintrag für das Reisebewertungsportal www.weiser-reisen.de, in dem ihr über Venedig berichtet. Begründet, ob ihr die Stadt besuchen würdet.

... Diskussion

Überlegt, wie sich die Situation verändern könnte.

REALISIERUNG DER LEITPERSPEKTIVE VERBRAUCHERBILDUNG		
<p>Der konkretisierende Begriff Alltagskonsum der Leitperspektive Verbraucherbildung wird in der vorliegenden Unterrichtseinheit im Zusammenhang mit den Folgen intensiver touristischer Nutzung auf den Raum thematisiert. Die Schülerinnen und Schüler (SuS) werden angeregt, ihr gewonnenes Wissen über die Auswirkungen der Dienstleistung „Tourismus“ auf den Raum bei der Bewertung von Werbeaussagen und ihrer Kaufentscheidung einfließen zu lassen.</p>		
EINORDNUNG IN DEN BILDUNGSPLAN		
Kategorie	3.1.4	Teilsystem Wirtschaft
Unterkategorie	3.1.4.1	Wechselwirkungen zwischen wirtschaftlichem Handeln und Naturraum
Inhaltliche Kompetenz	(3)	anhand einer ausgewählten Region Europas die Wirkung des Dienstleistungsbereichs auf den Raum und Möglichkeiten einer nachhaltigen Nutzung darstellen
Konkretisierende/r Begriff/e		Alltagskonsum
Bezug zu den prozessbezogenen Kompetenzen	2.1.3	geographische Sachverhalte in das Mensch-Umwelt-System einordnen
PROJEKT-/ UNTERRICHTSABLAUF		
Zeitaufwand		ca. 2 Schulstunden
Materialart		Gruppenkarten
Zusätzlich benötigtes Material		Europakarte (+ Pin zur Verortung), Kataloge/Prospekte von Reiseveranstaltern, Plakate, Bastelmaterial
Einstieg		Kontrast: Beschreibungen Venedigs auf Urlaubsportalen vs. alltägliche Bilder. Verortung Venedigs an der Wandkarte; Formulierung des Stundenthemas: Venedig - Romantikideal oder Tourismushölle?
Erarbeitungsphase I		Gruppenarbeit: Jede Gruppe bearbeitet ein Thema (z.B. Kreuzfahrtschiffe) und vergleicht mit dem Angebot aus dem Katalog. Die Gruppen gestalten jeweils ein Plakat.
Erarbeitungsphase II		Gallerywalk: Die SuS betrachten die Plakate und notieren sich ggf. Fragen. Danach Zusammenkunft in Expertengruppen und Vorstellung der Sachverhalte.
Ergebnissicherung		Plakate

Anwendung/Reflexion/ Übung		Formulierung einer Bewertung für ein fiktives Reisebewertungsportal (z.B. www.weiser-reisen.de). Die SuS stellen ihre Ergebnisse vor und diskutieren Vorschläge, wie sich die Situation ändern könnte. Evtl. werden Vorschläge zu einem nachhaltigen Tourismus eingebracht.
Weiterführendes Material		Der Unterrichtseinheit liegen zahlreiche Artikel und Internetseiten zugrunde, die hier nicht im Einzelnen aufgeführt werden können. Wichtige Quelle ist unter anderem der Dokumentarfilm „Das Venedig Prinzip“ von Andreas Pichler.
Kommentar		In der Gruppe finden die Schülerinnen und Schüler (SuS) jeweils individuelle Lösungen. Die Diskussion am Ende kann genutzt werden, um das Werbeverhalten von Reiseveranstaltern kritisch zu hinterfragen, beziehungsweise um an die Leitperspektive Bildung für Nachhaltige Entwicklung anzuknüpfen. Dabei müssen zuvor nicht alle Themen behandelt worden sein. Die Auswahl der Themenkärtchen liegt (auch im Sinne der Differenzierung) im Ermessen der Lehrkraft.

Die Dachsköpfe zeigen an, in welcher Sozialform eine Aufgabe bearbeitet werden soll.

Zwei Dachsköpfe symbolisieren Partnerarbeit.

Drei Dachsköpfe symbolisieren Gruppenarbeit.

Illustration Dachs: © Katja Rau für Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.

Literatur- und Quellennachweise:

Historische Einleitung <http://www.geschichte-venedigs.de/venedig.html>,

letzter Zugriff am 16.03.2021

IMPRESSUM

Das Unterrichtsmaterial wurde Ihnen von der Verbraucherzentrale Baden-Württemberg zur Verfügung gestellt.

Mehr Informationen zur Finanzierung unserer Unterrichtsmaterialien:
www.vz-bw.de/transparenzerklaerung

Hat Ihnen das Material gefallen?
Wurden Ihre Erwartungen erfüllt?
Wir freuen uns über Ihr Feedback.

KONTAKT

Verbraucherzentrale Baden-Württemberg e. V.
Team Verbraucherbildung
Paulinenstraße 47
70178 Stuttgart

bildung@vz-bw.de
www.vz-bw.de/verbraucherbildung-bw

Gefördert durch das Ministerium für Ländlichen Raum
und Verbraucherschutz Baden-Württemberg

Gefördert
durch



Baden-Württemberg

MINISTERIUM FÜR LÄNDLICHEN RAUM
UND VERBRAUCHERSCHUTZ

verbraucherzentrale

Baden-Württemberg