

Museumsblatt

Mitteilungen
aus dem Museumswesen
Baden-Württembergs

Heft 27 September 1999

Arbeitstagung

Mit der Archäologie ins 3. Jahrtausend
Museale Aufgaben und Perspektiven

Termine, Veranstaltungen
Informationen

Neuer Museumsführer erschienen

Museen in Baden-Württemberg
Buchen, Friedrichshafen, Heidelberg
Neresheim, Öhringen
Rottenburg-Baisingen, Walldürn-Wettersdorf

Ausstellungskalender

Herausgegeben
von der Landesstelle für Museumsbetreuung
Baden-Württemberg
in Zusammenarbeit mit dem Museumsverband
Baden-Württemberg e. V.
ISSN 0939-6373

Museumsblatt

Mitteilungen aus dem Museumswesen
Baden-Württembergs

Heft 27

September 1999

Herausgegeben
von der Landesstelle für Museumsbetreuung
Baden-Württemberg
in Zusammenarbeit mit dem Museumsverband
Baden-Württemberg e.V.

Tourismus und Archäologie – Das Pfahlbaumuseum Unteruhldingen

Das Pfahlbaumuseum Unteruhldingen am Bodensee ist ein Freilichtmuseum der Stein- und Bronzezeit (4.000 bis 850 v.Chr.), ein Spartenmuseum, mit gegenwärtig 15 Hausrekonstruktionen, daneben Ausstellungsräumen, Archiven, Labor und Werkstatt. Es besteht seit 1922 und konnte in den letzten Jahren durch ein neues Museumsgebäude erweitert werden. Seine Gründung erfolgte aus der Initiative eines Vereins heraus, der als gemeinnützig anerkannte archäologische Gesellschaft mit aktuell etwa 640 Mitgliedern die Anlage trägt. Diese private Organisationsform ermöglicht unter dem Zweck der Volksbildung und Wissenschaftsvermittlung einen steuerlichen Sonderstatus, die den Betrieb des Museums aus Eintrittsgeldern und Spenden immer noch ohne staatliche Unterstützung sicherstellen. Es ist sicher etwas besonderes, dass sich dieses Museum mit im Sommer bis zu 54 Angestellten selber trägt. Dies verdankt es seinem Standort innerhalb einer gewachsenen Sommertourismusregion am Rande eines Naturschutzgebietes, aber auch einem seit jeher breiten Zielgruppenspektrum und dem seit langem bewährten Vermittlungskonzept eines geführten Freilichtmuseums.

Den Pfahlbauverein leitet ein Vorstandsgremium, dem neben einem Vorsitzenden und einem Stellvertreter, ein Kassier, ein Schriftführer, ein wissenschaftlicher Leiter, Pädagogen und Beiräte anderer Berufszweige angehören. Das Museum selber wird von einem Museumsdirektor geleitet, der als Geschäftsführer und wissenschaftlicher Leiter für das Museum verantwortlich und gegenüber dem Vorstand rechenschaftspflichtig ist. Drei Abteilungen, eine für die Technik, eine für die Wissenschaft und eine für die Verwaltung bilden zusammen die Firma »Pfahlbauten«. Eine Besonderheit sind die bis zu 35 Museumsführer, welche die etwa 250.000 bis 280.000 Besucher pro Jahr durch die Anlage leiten. Projekte und Sonderveranstaltungen ergänzen das pädagogische Programm. Durch einen hohen Personaleinsatz wird ein hoher Vermittlungsgrad erreicht. Die Organisationsstruktur erlaubt eine beachtenswerte Flexibilität.

Das größte Problem, aber auch eine Chance für die wissenschaftliche Grundlagenarbeit, ist die Saisonalität. Von November bis Februar kommen ohne Sonderausstellungen in vier Monaten etwa 2.500 Besucher in das Museum. Das ist etwa soviel wie an einem sehr guten Tag im August. Dies führt zu saisonalen Veränderungen in den Beschäftigungsverhältnissen und in der Aufgabenstellung des Museums. Während im Sommer alle Angestellten in der Vermittlung arbeiten, liegt im Winter das Gewicht auf Ausgrabung, Archiven, Ausstellungen, Forschung und Konzeption. Dies erfordert eine gewisse Anpassungsfähigkeit aller ganzjährig im Museum Beschäftigten. Jeder muss vieles können. Im Kleinen lassen sich so aber alle Aufgaben archäologischer Forschung leisten. Sammeln, Bewahren, Dokumentieren, aber auch Forschen und Vermitteln. Ein ständiger Wechsel der Zielgruppen innerhalb des Jahres, und somit



Pfahlbaumuseum
Unteruhldingen.
Fotos Museum

auch der Aufgabenstellungen macht dieses Museum für uns, die wir in ihm arbeiten, so interessant.

Funktionierende Konzepte wie das des Pfahlbaumuseums in Unteruhldingen interessieren in Zeiten musealer Neuorientierungen infolge eines starken Wirtschaftlichkeitsdrucks auf alle kulturellen Einrichtungen besonders. Viele Kollegen benötigen für einen Europaantrag inzwischen ein Luftbild des Pfahlbaumuseums Unteruhldingen. Nicht ohne Grund haben sich die Verbände der Bundesländer, Europas, oder gar des Weltmuseumsverbandes ICOM gerade in jüngerer Zeit verstärkt mit dem Thema Wirtschaftlichkeit auseinandergesetzt.¹ Ein Wandel steht an. Out-sourcing, merchandising, Budgetierung, Nutzung von Synergieeffekten, Entwickeln von Dienstleistungen, die Ratschläge der Verbände sind bekannt, eine generelle Lösung der Probleme ist jedoch nicht in Sicht. Die Ware Museum lässt sich eben nicht so verkaufen wie ein alle drei Jahre im Innovationszyklus neu zu entwickelndes Produkt. Den Königsweg gibt es nicht. Jedes Museum ist neu zu evaluieren. Nicht jeder Rückgriff auf ein funktionierendes Konzept muss an jedem Standort funktionieren. Die Präsentation von Sachkultur und originalen Zeugnissen verlangt weiterhin eine behutsame und sachgerechte und subventionierte Behandlung im Rahmen hoheitlicher Aufgaben. Anders ist dies mit Rekonstruktionen und Nachbildungen, wie sie in Freilichtmuseen oder in nutzungsorientierten Projekten verwendet werden. Sie können anders und auch offensiver gehandhabt werden. Vielleicht besteht die Aufgabe darin, wieder die Möglichkeiten des klassischen Museums mit denen der Freilichtmuseen zu verbinden und im flächig angelegten Netz gemeinsam eine vielfältigere Museumslandschaft zu schaffen. Vor Disneyland oder dem Europapark sollten wir uns dabei nicht fürchten. Als Schreckgespenst sind solche durchaus besucherorientierte Dienstleister bei Politikern mit Kindern auch nicht geeignet. Qualität, Originalität und erlebnisreiche Pädagogik liefern hier im Gespräch mit Medien und Geldgebern und vor allem gegenüber den potentiellen Besuchern die weitaus besseren Argumente.

Doch die Situation ist immer noch gespannt. Der Graben zwischen archäologischer Wissenschaftlich-

keit im Ausstellungsbetrieb auf der einen und dem Öffentlichkeitsanspruch nach Verständlichkeit auf der anderen Seite ist oft noch zu tief. Befund- und Reallentreue, die Aura des Originalen soll genügen. Noch vor 10 Jahren wandte sich die Archäologie und Museumswissenschaft auf Kongressen gegen 1:1 Modelle und Dioramen. Das Forum der Archäologie sei die wissenschaftliche Ausstellung und nicht die »disneylandartige Präsentation«. Jeder der Museum macht, kennt diese Auseinandersetzung. Ein Museum hat sich immer der Wissenschaftlichkeit und den Wünschen der Öffentlichkeit zu stellen. Das geht nicht immer zusammen. Das muss aber auch, wenn man mit dem Besucher kommuniziert, keine gefährliche Gratwanderung sein, da das Museum ja selber den Inhalt und den Vermittlungsweg bestimmt. Wir sind die einzige Wissenschaft, die über das Leben in vorgeschichtlicher Zeit Auskunft geben kann. Das macht uns interessant. Diese Qualität ist zu nutzen.

Die Öffentlichkeit hingegen, unser Zielpublikum, stellt sich unter Archäologie sehr vieles vor. Schatzsuche, Gold, Troja, Ötzi, Pyramiden, Wikinger, Saurier und Neanderthaler – gemeint ist hier nicht das wissenschaftlich informierte Publikum, für das immer noch die meisten Ausstellungen gemacht sind, sondern das durchschnittliche, das typische, das Hauptpublikum. Diese Öffentlichkeit kritisiert die Museentempel mit ihren angestaubten Vitrinen, in denen alte Knochen liegen, neben denen Texte aufgehängt sind. Allenfalls bei Schulausflügen oder bei Regenwetter finden sie guten Zuspruch. Manche von uns schätzen die Ruhe, die Möglichkeit zur Entspannung und Fortbildung.

Der Tourismus und die Politik schließlich erinnern sich heute immer mehr daran, daß der Besuch von Ruinen, Burgen und Museen den Fremdenverkehr fördert. Nach ADAC-Umfragen ist bekannt, daß 57% der Urlauber eine solche Einrichtung besuchen.² Ein Potential das genutzt werden könnte. Touristiker begrüßen es, wenn laufende Ausgrabungen als »special events« angeboten werden. Das dürfe auch für zahlungskräftiges Publikum etwas mehr kosten. Abenteuer, Rittermahl, einmal auf Steinzeit. Darüber kann man geteilter Meinung sein. Zielgruppenorientiertes Marketing³, Infotainment, das heißt Information und Unterhaltung, kulturelles Rahmenprogramm, das Museum als Touristenattraktion, dagegen ist sicher nichts einzuwenden. Deswegen wird der Tourist als Museumsbesucher auch aller Orten wieder entdeckt.⁴ Das Museum als weicher Standortfaktor gewinnt bei entsprechender Einbindung in touristische Konzepte an Gewicht.

Gemeinsame Projekte zwischen Tourismus, Politik und Archäologie entstehen interessanterweise im Rahmen der EU-Förderung an vielen Orten. Freilichtmuseen, die auf Touristen zielen, wachsen zur Zeit bei Modena, am Hallstätter und am Neuenburger See, in Bad-Buchau, bei der Heuneburg, im Ötztal, bei Leipzig, bei Pestenacker, im Mansfelder Kohlrevier oder in Dispillio bei Thessaloniki. Sie ergänzen das bestehende System an Freilichtmuseen und Themenparks. Strukturschwache Räume stehen dabei unter dem Aspekt der Arbeitslosenförderung obenan. Ein neuer Trend der Verknüpfung von Angeboten ist zu bemerken. Museen werden zu lokalen Attraktionen inner-

1 *Museen unter Rentabilitätsdruck. Engpässe, Sackgassen, Auswege.* Bericht über ein internationales Symposium vom 29. bis 31. Mai 1997 am Bodensee, veranstaltet von den ICOM Nationalkomitees Deutschlands, Österreichs und der Schweiz, hrsg. von Hans-Albert Treff, München 1998 – versch. Beiträge.

2 Martin Spanting, Bayerischer Barock und Tourismusforschung, in: *Museum Aktuell*, 32 (1998), S. 1090f.

3 Christian Müller-Straten, Freilichtmuseen zwischen Marketing, Konservierung und Kostensenken, in: *Museum Aktuell*, 9 (1996), S. 180ff.

4 Sandra Scherreiks, Museen und Tourismus, in: *Museumsblatt* 25 (1998), S. 33f.

Anne Kathrin Fries, Der Tourist – ein unentdeckter Besucher? in: *Museum Aktuell* 32 (1998), S. 1085ff.

5 Heiner Treinen, Besucherorientierte Museumsarbeit als Schlüssel zur Entwicklung der Museumspädagogik, in: *Berufsfeld Museumspädagogik im Wandel.* Museumspädagogisches Zentrum München (MPZ), 1998, S. 107f.

6 Thomas Antoniotti, Vom Kulturlehrpfad zum offenen Medium. Die Idee der Ecomuseums als Chance für eine Randregion, in: *Museologie. Neue Wege, neue Ziele.* Be-

halb des Tourismusangebotes und gestalten dieses mit. Der regionale Fremdenverkehr setzt inzwischen verstärkt auf Museumsaktivitäten mit zielgruppengerechtem Marketing.⁵ Familien und Senioren werden mit Pauschalangeboten zwischen Gastronomie und Museum beworben. Ferienkinder sollen regelmäßige Projektangebote erhalten. Als Lieferant von Ideen und Inhalten für die *ci* (corporate identity) einer Urlaubsregion werden Museen wichtig und bestimmen gar, wie etwa für Südtirol mit Ötzi, das Aussenmarketing. Die Verknüpfung mit Kulturpfaden⁶, einem speziellen landschaftsbezogenen Geschichts- und Umwelttourismus am Standort erhält mehr und mehr Bedeutung.

Die Projekte der wiederentdeckten Freiluftszenerien funktionieren, wenn ein gutes, wissenschaftlich fundiertes Konzept mit Qualitätsanspruch mit einer guten touristischen Infrastruktur zusammengebunden werden kann. Dies belegen inzwischen viele Beispiele in Europa. Beinahe gescheiterte Vorhaben – wie etwa das Archeon in Holland – zeigen aber auch, dass es nicht reicht, nur einen archäologischen Erlebnispark mit Millionenaufwand auf die grüne Wiese zu stellen, sondern dass es viel wichtiger ist, ein gutes Thema und eine optimale wissenschaftliche, pädagogische und technische Betreuung in Zusammenarbeit mit anderen Anbietern zu entwickeln, die den beiderseitigen Ansprüchen Rechnung tragen kann. Der 1994 auf 60 Hektar großem Gelände eröffnete Themenpark Archeon im Rheindelta, musste bereits 1996 aufgrund rückläufiger Besucherzahlen wieder auf ein Zehntel der Fläche verkleinert werden. So versucht er heute durchzukommen. Auf der anderen Fläche entstehen zur Zeit Eigenheime. Er war zu groß geplant. Das seit den siebziger Jahren bestehende Archeodrom bei Dijon, auch ein Themenpark durch verschiedene Zeitabschnitte, kämpft trotz direktem Autobahnanschluss nach anfänglich guter Auslastung mit einem starkem Besucherrückgang. Das dortige Konzept greift nicht mehr.

Doch zurück zur Geschichte und zur Entwicklung des Museums Unteruhldingen, das inzwischen 77 Jahre am Markt ist, und als Marke Pfahlbauten am Bodensee auch Ihnen allen sicher bekannt ist. Als spätes Kind der Heimatmuseumsbewegung⁷ unseres Jahrhunderts orientierte es sich bereits in den Zwanziger Jahren am aufkommenden Tourismus der Bodenseeregion.⁸ Der Gründer Georg Sulger, Bürgermeister und begeisterter Privatsammler, wollte nicht nur für seine prähistorischen Funde und Modellvorstellungen ein Museum, sondern auch – sehr weitblickend – für die kleine Gemeinde zwischen Meersburg und Überlingen eine Attraktion, zur Finanzierung seines Museums.

Seit Mitte des 19. Jahrhunderts wurden Pfahlbauten am Bodensee untersucht. Die erste Phase stand unter den Vorzeichen der reinen Fundsuche. Befundzusammenhänge wurden kaum ermittelt. Fischer hatten dadurch jedoch in den Wintermonaten einen lukrativen Nebenerwerb. Das unkontrollierte Umgraben der Ufer zerstörte allerdings viele archäologisch hochwertige Befunde.

Die Funde kamen in die Museen und wurden wie Kostbarkeiten ausgestellt. Das Zeigen von Schätzen und Besonderheiten in enger und akurater Anord-

nung faszinierte die Menschen. Romantische Umsetzungen der bildenden Kunst entstanden und prägten erste archäologische Bilder.

Das 20. Jahrhundert begann in der Forschung mit neuen Methoden. Planfotografie, Botanik, Zoologie, Sedimentologie, Dendrochronologie und andere naturwissenschaftlich ausgerichtete Methoden ermöglichten weitergehende Aussagen. Fragen der Umwelt, ihrer Entwicklung und auch ihrer Nutzung durch den Menschen gelangten in den Vordergrund. Mit Unterstützung des Tübinger Urgeschichtlichen Forschungsinstitutes hielt auch die lebendige Archäologie Schmidtscher und Virchowscher Prägung mit ihrem sozialpolitischen Ansatz⁹ Einzug in die Museumspräsentationen. Der Mensch gelangte als Schöpfer der Sachkultur und Identifikationsfigur in den Mittelpunkt. Erste Filme und Radioaufnahmen entstanden, so ein Ufa-Film, in den Pfahlbauten. Der Expressionismus und neue pädagogische Ansätze zeigten sich auch in diesem Feld. Zahlreiche Freilichtmuseen entstanden in Europa. Angeregt durch die Volkskunde¹⁰ und die großen Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts wuchsen sie in der Schweiz, in Österreich, aber auch in Deutschland. Sie hatten großen Erfolg. Ihre Bedeutung als Instrumente der Volksbildung war erkannt. Ihr Besuch wurde gefördert. Touristen und Schulklassen besuchten diese archäologischen Einrichtungen moderner Prägung. 1932 besuchten bereits 28 000 Personen die Pfahlbauten und immerhin 7000 das zur Seitenfinanzierung 1923 infolge der Inflation entwickelte Pfahlbaustrandbad. Bald kamen aber auch diejenigen, die das positive Marketingkonzept eines Freilichtmuseums missbrauchten, um ihre Art von Politik und Ideologie umzusetzen.

Vielleicht auch deshalb gerieten die Freilichtmuseen in Deutschland nach dem Krieg, als wenig wis-

richt Symposium ICOM 11. bis 14. Mai 1998 am Bodensee, hrsg. von Hermann Auer, München, London, New York, Paris, sarr 1989, 188ff.

Otto Jolias Steiner, Vom Museum zum Freizeitpark. Das Museum in der Glashütte Hergiswil, Schweiz, in: *Museumsblatt* 22 (1997), S. 22ff.

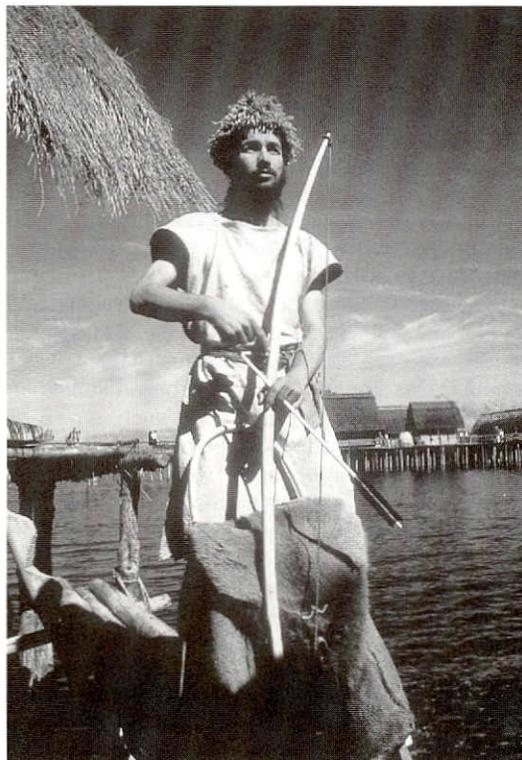
7 Martin Roth, *Heimatmuseum. Zur Geschichte einer deutschen Institution*, Berlin: Mann, 1990 (Berliner Schriften zur Museumskunde, Bd. 7).

8 Zur Geschichte des Pfahlbaumuseums vgl. Gunter Schöbel, *Die Pfahlbauten von Unteruhldingen 1922–1949*, in: *Plattform* 1–6, Unteruhldingen 1992–1997.

9 Gunter Schöbel, *Pfahlbaumuseen und Pfahlbausammlungen, Archäologie in Deutschland, Sonderband Pfahlbauten rund um die Alpen*, hrsg. von Helmut Schlichtherle.- Stuttgart: Theiss, 1997, S. 115–123.

10 Adelhart Zippelius, *Freilichtmuseen – Versuch einer Einstimmung in das Thema*, in: *Museumsmagazin* 2. *Freilichtmuseen in Baden-Württemberg*, Stuttgart: Theiss, 1984, S. 5ff.

Martina Schröder, *Museum und Identität. Eine Untersuchung zu Entstehung und Wirkung der Freilichtmuseen in Baden-Württemberg*, Dissertation Univ. Tübingen 1995, S. 43ff.



Ein Museumsmitarbeiter spielt Vermittlungsfigur

11 Gunter Schöbel, Nachuntersuchung in der spätbronzezeitlichen Ufersiedlung Unteruhldingen-Stollenwiesen, Bodenseekreis, in: *Arch. Ausgrabungen in Bad-Württ.* 1998, Stuttgart: Theiss, 1999, S. 73ff. Wiederausgrabungen in der spätbronzezeitlichen Ufersiedlung »Wasserburg Buchau« im Federseemoor bei Bad Buchau, Kr. Biberach, ebd. 70ff. 12 Gunter Schöbel, Taucher im Museum, in: *Nachrichtenblatt Arbeitskreis Unterwasserarchäologie*, hrsg. von d. Kommission für Unterwasserarchäologie im Verband der Landesarchäologen in der Bundesrepublik Deutschland, Stuttgart, 4 (1998), S. 76ff. 13 Gunter Schöbel, Das neue »Steinzeithaus« im Freilichtmuseum Unteruhldingen, in: *Plattform* 5/6 1996/97, S. 83ff. Gunter Schöbel, Der Nachbau eines »Arbon-Hauses der Horgener Kultur im Pfahlbaumuseum Unteruhldingen am Bodensee, in: *Arbeitsgemeinschaft für Experimentelle Archäologie der Schweiz, Anzeiger* 1999, Frauenfeld, S. 5ff. 14 *Pfahlbaumuseum Unteruhldingen. Lernort Pfahlbauten*, Schriftenreihe des Pfahlbaumuseums Unteruhldingen, Band 2, Unteruhldingen 1997, 64 S., 2. erweiterte und durchgesehene Auflage. Derselbe Band ist als Heft 9 der »Materialien zur Landeskunde und Landesgeschichte« im Oberschulamt Tübingen erstmals 1992 erschienen. Zur Frage des Bildungsauftrages vgl. etwa Gitta Böth, Vergnügungspark oder Bildungseinrichtung? Von der Schwierigkeit museumspädagogischer Arbeit im Freilichtmuseum, in: *Handbuch museumspädagogischer Ansätze* hrsg. von Kirsten Fast, Opladen: Leske u. Budrich, 1995, S. 247ff. 15 Victoria Newhouse, *Wege zu einem neuen Museum. Museumsarchitektur im 20. Jahrhundert*, Ostfildern-Ruit: Hatje, 1998 und Ingo B. Wessel, Das Museum als Kulisse, in: *Museumskunde* 63 (1998), S. 38ff.

Ein Kultstab der Spätbronzezeit, der im Sommer bei einer Grabung aus dem Zürichsee geholt wurde, wird im Winter bereits als Replik für die nächste Saison gefertigt.

senschaftlich eingestuft, ins Abseits. Die Archäologie, zumindest bei uns, bevorzugte repräsentativere Ausstellungen mit höherer Ästhetik für die gebildeteren Schichten der Bevölkerung. Das 1:1 Museum, mit Nachbildungen operierend und im Freien stehend, war für die Museologie plötzlich weniger interessant. Der Typ des Freilichtmuseums hatte auffälligerweise nur noch in touristischen Gebieten und für ein Schülerpublikum Konjunktur. Die Renaissance der archäologischen Freilichtmuseen heute ist demnach auch verknüpft mit einem Zielgruppenwechsel in Richtung auf ein deutlich jüngeres und reiselustigeres Publikum. Schulklassen und Familien bilden bei uns etwa 60 bis 70 Prozent des Aufkommens. Auf sie sind die wesentlichen Inhalte unserer Vermittlung abgestimmt.

Überall wo die Besucher zurückgehen, wird dieses mobile und mobilisierbare Zielpublikum verstärkt umworben. 1:1 Präsentation, Museum zum Anfassen, lebendiges Museum, interaktives Museum, Erlebnis-museum, Ecomuseum – so neu sind diese Gedanken nicht. Sie eignen sich aber sehr gut, um verständlich zu informieren und zugleich ein wirtschaftlich orientiertes Museumskonzept zugrunde zu legen. Die Kunst wird es sein, neben der immer mehr zwingenden Wirtschaftlichkeit auch die Seriosität und die Qualität der Darstellung zu bewahren.

Die Arbeit des Museums Unteruhldingen reicht von der Ausgrabung bis zur Vermittlung. Neben Ausgrabungen in Zusammenarbeit mit dem Landesdenkmalamt Baden – Württemberg, die der Nachuntersuchung wichtiger Altfundplätze dienen, wird im Winterhalbjahr die Aufarbeitung der Grabungsergebnisse und der Archivbestände vorgenommen.¹¹ Die Informationen der aktuellen Arbeiten in der Wasserburg-Buchau und in der Bronzezeitsiedlung Unteruhldingen sollen helfen, die Museumspräsentation frischer und aktueller zu gestalten. Ein belebtes Unterwasserdiorama im neuen Museum, das eine Ausgrabungsszene aus Unteruhldingen zwischen Fischen nachstellt, ist so eine Attraktion von hohem pädagogischem Wert.¹² Ein Europaprojekt Raffael zwischen Modena, Hallstatt und Unteruhldingen führt gegenwärtig auf der Basis dieser Ausgrabungen in den genannten spätbronzezeitlichen Siedlungen zur Entwicklung zweier neuer Pfahlbauhäuser und zusätzlicher pädagogischer Einrichtungen im nichtstaatlichen Museum am Bodensee.

Wir haben in den letzten Jahren mit Unterstützung der Pfahlbauarchäologie, aber auch der Medien neue Häuser, wie etwa ein Hornstaadhaus (4.000 v. Chr.) gebaut.¹³ Das Fortschreiten der Arbeiten konnte im laufenden Museumsbetrieb, aber auch am Bildschirm in einem halbstündigen Fernsehfilm der »Sendung mit der Maus« beobachtet werden. Gleich nach der Fertigstellung wurde es als modernes Großobjekt für die Vermittlung in Schwerpunktführungen eingesetzt. Die experimentelle Nutzung bot sich an. Die Fortentwicklung im Rahmen einer Bewohnung des Hauses war die Folge. Ein Museumsmitarbeiter erklärte sich bereit, Testperson und Identifikationsfigur zu verkörpern. In der spielerischen Entwicklung entstand Uhlidi, mit den Accessoires des Steinzeitmenschen Ötzi, kombiniert mit endneolithischen Kleidungsstücken vom Bodensee. Ist es nun zulässig,

diesen lebendigen Zeitschnitt zu errichten, und diese Figur in die Vermittlung einzubinden? Die Puristen unserer Zunft werden diese Veranschaulichung ablehnen, der Museumsmann und die Öffentlichkeit ihr zustimmen. Es kostet viel Energie, Entwicklungsarbeit und Wissen, solche wirklichkeitsnahen Repliken zu schaffen. Allein die exakte Herstellung der Kleidung ist schon Wissenschaft für sich und benötigt die Hilfe zahlreicher Fachwissenschaftler. Die Fortsetzung des Experimentes auch im besucherschwachen Winter bei Minusgraden zeigt ihnen die Ernsthaftigkeit des Feldversuches auf. Mit solchen Inszenierungen und Lebensbildern wird Geschichtsvermittlung innerhalb der Archäologie auf vielen Ebenen erfahrbar. Dass Uhlidi, im normalen Beruf Diplomphysiker und Museumsführer sowie Keramikspezialist, auch die Kulturschichtbildung unter seinem Wohnhaus penibel dokumentiert, und somit die Nachvollziehbarkeit des Experimentes garantiert, mag alle Kritiker besänftigen. Die konsequente Weiterentwicklung eines Themas macht Spaß und fasziniert. Zum dreißigsten Geburtstag der Sendung mit der Maus kamen auf unsere Einladung hin mehr als hundert Kinder der unmittelbaren Region in das Museum zu Besuch, und nahmen an einem Fototermin vor dem »Maushaus« mit anschließender Führung durch Uhlidi am 7. Februar teil, in einer Jahreszeit in der sich die Arbeit in einem Freilichtmuseum zugegebenermaßen nicht auf sehr viele Besucher stützen kann.

Die normale Führung vollzieht sich bei einem Rundgang durch die rekonstruierten Pfahlbauten. Eingerichtete Häuser mit stubenartigen Inszenierungen unterstützen die Vermittlung durch geschulte Museumsführer. Lebensnahe Inszenierungen, etwa mit der Keramik auf dem Boden, sind aus Gründen der Schonung der Ausstellungsmaterialien nur in abge-

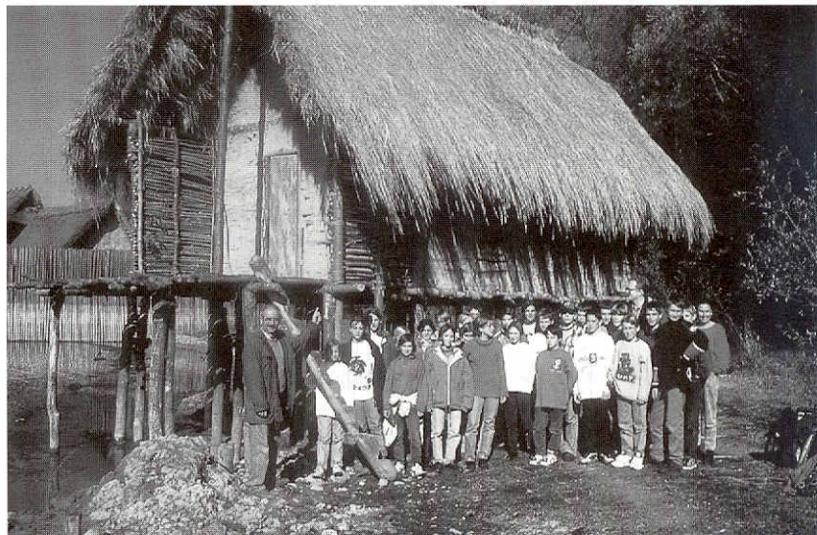


sperrten Räumen möglich. Die Auflösung in Arbeitsbereiche ist sinnvoll. Gezeigt werden etwa technische Abläufe, erläutert werden Subsistenz, Hausbau oder Hinweise zum sozialen Leben. Anfassen und selber machen dürfen spielen dabei eine große Rolle. Bei regelmäßigen Aktionstagen oder Schwerpunktführungen wird im Freien gearbeitet. Vom Anbau der Pflanzen, bei dem uns die Paläobotanik unterstützt, bis hin zum Zermahlen der Getreidekörner, zum Backen und Verzehren der Brote reicht der Prozess, der in der zielgruppenorientierten Projektarbeit dargestellt wird. Als Lernort für Geschichte des Ober Schulamtsbezirkes Tübingen¹⁴ veranstalten wir lehrplankonforme Schülerprojekttage, an denen die Handlungsorientierung entsprechend der bekannten Konzepte verwirklicht wird: Learning by doing, erkenntnistheoretischer Grundprozess. Durch praktisches Arbeiten werden die theoretischen Vermittlungsfelder ergänzt und der Museumsbesuch zum Erlebnis. Feuersteinmesser im Pappelrindgriff, selber mit Birkenbeer eingeklebt und in der Hosentasche mit nach Hause tragen. So wird ein Museumsbesuch unvergesslich.

Sehr hoch ist in einem Freilichtmuseum der Bedarf an qualitätsvollen Nachbildungen. Der Verschleiß erfordert ein gutes Netz an Zulieferern, das gepflegt und ständig ausgebaut werden muss. Hoch ist die Belastung der Freilichtanlage, die bald ihren 10-Millionsten Besucher empfängt. Gute Handwerker im Freien und in der Werkstatt garantieren, dass neue Bodenfunde möglichst bald und oft noch bevor die originalen Stücke in den Museen zu sehen sind, als Nachbildungen einem großen Publikum präsentiert werden können. Erlebnis und Erfahrung am nachgebauten archäologischen Fund ist besonders gut an Aktionstagen zu vermitteln, die sich als Museumsfeste inzwischen in vielen Häusern etabliert haben. Einheimische und Touristen nutzen diese Ereignisse zum ausserordentlichen Museumsbesuch. Besucherzahlen von 3.000 und 5.000 am Tag sind inzwischen keine Seltenheit mehr. Inszenierungen und Erfahrungen schließen den Museumsbesucher auf. Wie scharf ist zum Beispiel ein bronzezeitliches Rasiermesser? Sie sehen ein Experiment am Museumsassistenten, Herrn Walter. Oder wie klingt eine bronzezeitliche Hohlenderflöte im Nachbau. Selbst die Musikarchäologie ist vermittelbar, wenn sich die Museumspädagogik und die Archäologie gemeinsam um ihre Umsetzung kümmern.

Projekte und zielgerichtete Museumsarbeit mit wechselnden Zielgruppen sollten keine Spektakel darstellen, auch wenn die Verführungskünste der Medien die Verantwortlichen immer mehr ins Schwanken geraten lassen. Wer will nicht, dass seine Institution nach außen positiv und interessant angeworben wird? Wann wird die Wissenschaftlichkeit der Wirtschaftlichkeit geopfert? Also doch nicht Öffentlichkeit um jeden Preis?

Wir wollen im Pfahlbaumuseum, nicht zuletzt auch aus unserer Geschichte heraus, das Nachdenken über Geschichte befördern, aber auch die Vermittlung mit einfachen und direkten Mitteln erreichen. Wir schaffen Atmosphäre¹⁵, achten auf Qualität und versuchen ein günstiges Kosten-Erlebnis-Verhältnis für den Besucher zu schaffen. Zwischen 15 und 25 Filmteams sind bei uns jährlich zu Gast. Wir nutzen das



Potential der Kindersendungen, Musik- und Reisereaktionen, Landschaftsfilmer oder Tiersendungen intensiv.

Strategische Pressearbeit besonders in besucherschwachen Zeiten ist eine der Hauptaufgaben der wissenschaftlichen Abteilung, einschließlich eines hierfür eingesetzten Volontärs. Wir nutzen die Zusammenarbeit mit anderen Museen und Institutionen am Bodensee, so etwa mit 70 Schlössern und Museen im Rahmen einer Arbeitsgemeinschaft, und entwickeln – wie etwa mit dem Zeppelinmuseum Friedrichshafen – gemeinsame Plakatwerbungen für den öffentlichen Nahverkehr mit Bus, Bahn oder Schiff. Eine Museumsumfrage über 10 Monate an etwa 3.000 Besuchern hatte uns darüber informiert, dass dieses Technikmuseum in 30 Kilometern Entfernung noch vor anderen Häusern in der Bodenseeregion bei unseren Besuchern beliebt ist. Ein Plakat mit dem Titel »Vom Pfahlbau zum Leichtbau« weist seit dieser Zeit auf diese beiden unterschiedlichen Museen hin. Wirkliche Zusammenarbeit zwischen den Museen, den Schulen und den touristischen Anbietern ist mit Sicherheit eine der wichtigsten Aufgaben der Zukunft, der wir uns alle verstärkt widmen sollten.

Das Pfahlbauhaus als pädagogisches Mittel

Dr. Gunter Schöbel
Pfahlbaumuseum
Unteruhldingen
Strandpromenade 6
88690 Uhldingen-Mühlhofen
Telefon 07556/8543 und 6537
Fax 07556/5886
E-mail info@pfahlbauten.de