

COLLECTIO ARCHÆOLOGICA 3

edited by

Philippe Della Casa

Martin Trachsel

WES'04
WETLAND
ECONOMIES
AND
SOCIETIES

PROCEEDINGS OF THE
INTERNATIONAL CONFERENCE
ZURICH, 10-13 MARCH 2004

ARBEITSGEMEINSCHAFT FÜR DIE URGESCHICHTSFORSCHUNG IN DER SCHWEIZ (AGUS)
GROUPE DE TRAVAIL POUR LES RECHERCHES PRÉHISTORIQUES EN SUISSE (GPS)

Project

Arbeitsgemeinschaft für die Urgeschichtsforschung in der Schweiz (AGUS) / Group de travail pour les recherches préhistoriques en Suisse (GPS)

University of Zurich, Dept. of Pre- and Protohistory

MUSÉE SUISSE, Swiss National Museum, Zurich

Acknowledgments

Zürcher Hochschulstiftung

Swiss Academy of Humanities and Social Sciences

Swiss Academy of Sciences

Amt für Städtebau Zürich, Fachstelle Unterwasserarchäologie und Dendrochronologie

Heidi Amrein
and Swiss National Museum team

Beat Eberschweiler
and Diving Team of the City of Zurich

Peter Fux
Christian Harb
Marc-Antoine Kaeser
Nina Künzler Wagner
Karsten Lambers

© 2005 Schweizerisches Landesmuseum Zürich
Bundesamt für Kultur

© 2005 Chronos Verlag, Zürich

ISBN 3-0340-0757-4 (Chronos Verlag)
ISBN 3-908025-38-9 (Schweizerisches Landesmuseum)
BBL/EDMZ 9.09 500 140126

Vorwort

Als im Winter des Jahres 1854 in Meilen am Zürichsee prähistorische Siedlungsreste entdeckt wurden, kam dies einer archäologischen Sensation gleich. Sowohl im In-, als auch im Ausland stiessen die Entdeckungen augenblicklich auf ein riesiges Interesse. Viele glaubten in den Bewohnern urgeschichtlicher Feuchtbodensiedlungen die legitimen Urahnen der Schweizer erblicken zu können; der Mythenbildung war Tür und Tor geöffnet, der damals noch junge Bundesstaat meinte sich auf weit zurückreichende Traditionen berufen zu können – heute tempi passati. Die Pfahlbauarchäologie war geboren, zugleich eine der Geburtsstunden urgeschichtlicher Siedlungsarchäologie in Europa, und mit ihr ein archäologischer Wissenschaftszweig, der von Beginn an interdisziplinär betrieben wurde, sich schon frühzeitig verschiedenster archäologischer Methoden und Arbeitstechniken bediente und weitgreifende Fragestellungen formulierte. Vielfach wurden ganzheitliche, bis heute überraschend aktuelle, ja zeitlose Forschungsansätze verfolgt, was sich angesichts der teilweise hervorragenden Überlieferungsbedingungen und vielfältiger Untersuchungsmöglichkeiten geradezu anbot. Die prähistorischen Menschen, Bewohner ufernaher Siedlungen, ihre Lebensumstände und ihre Umwelt rückten in den Mittelpunkt wissenschaftlichen Interesses und ziehen noch heute Fachwissenschaftler wie Laien in ihren Bann. Jahr für Jahr werden neue urgeschichtliche Siedlungsstellen an Seeufern entdeckt und aufsehenerregende Neufunde gemacht; längst erweisen sich die Pfahlbauten als ein internationales archäologisches Phänomen mit deutlichen Schwerpunkten im Alpenvorland. Auf schweizerischem Territorium waren es in den letzten anderthalb Jahrzehnten vor allem überraschend zutage gekommene Siedlungsreste am Vierwaldstättersee und Luganersee, die rund 150 Jahre nach den ersten Entdeckungen der Feuchtbodenarchäologie neue Impulse zu geben vermögen und bislang herrschende Vorstellungen in neuem Licht erscheinen lassen.

Man soll die Feste feiern, wie sie fallen! Unter diesem Sprichwort wurde schon vor mehreren Jahren von verschiedener Seite die Idee aufgegriffen, im Jubiläumsjahr 2004 mit kulturellen und wissenschaftlichen Veranstaltungen, Veröffentlichungen und Medienanlässen sowie einem Festakt an die Entdeckung der Pfahlbauten im Zürichsee vor 150 Jahren zu erinnern; zugleich eine willkommene Gelegenheit, die Anliegen der Ur- und Frühgeschichte in

diesen von Subventionsabbau, Mittelkürzungen, Stellenstreichungen, unaufhaltsamen Verlusts und Zerstörung kulturellen Erbes geprägten Zeiten gegenüber der Öffentlichkeit, den Medien und der Politik zu vertreten: Zukunft hat Vergangenheit. Vor diesem Hintergrund erscheinen die erst in den letzten Jahren seitens des Verbandes Schweizerischer Kantonsarchäologien unternommenen Bestrebungen zur Aufnahme der Pfahlbauten auf die offizielle Liste des Weltkulturerbes der UNESCO längst überfällig; an Mahnern hat es in den vergangenen Jahrzehnten in der Schweiz nicht gefehlt. Man darf nur hoffen, dass die Bemühungen nicht zu spät sind; vorsichtige Schätzungen gehen davon aus, dass dieses Kulturerbe in den vergangenen 20 Jahren in grösserem Umfange zerstört wurde, als in den vorangegangenen 6000 Jahren!

Für das Schweizerische Landesmuseum, heute eine Einrichtung des Bundesamts für Kultur und damit unmittelbarer Subventionsempfänger des Bundes erwies sich das Pfahlbaujubiläum im Jahre 2004 als Chance, der Feuchtbodenarchäologie in der Schweiz – 14 Jahre nach so öffentlichkeitswirksamen Ereignissen wie dem «Pfahlbauland» und der Ausstellung «Die ersten Bauern» – erneut zu landesweiter Aufmerksamkeit zu verhelfen. Rückblickend lässt sich sagen, dass dieses Ziel erreicht werden konnte. Unter dem Titel «Die Pfahlbauer» konnte im vergangenen Frühjahr im Landesmuseum in Zürich, dessen mehr als hundertjährige Geschichte untrennbar mit der Pfahlbauarchäologie verknüpft ist, eine vielbeachtete Grossausstellung mit mehreren Begleitpublikationen und spannendem Begleitprogramm präsentiert werden; etliche kleinere Ausstellungen zu den Pfahlbauten, kulturelle und wissenschaftliche Veranstaltungen an vielen Orten in der Schweiz sowie im benachbarten Ausland und in unterschiedlichster Trägerschaft schlossen sich an. Während die eigens zur Ausstellung aufgebaute Homepage, www.diepfahlbauer.ch, umgehend zum inoffiziellen Veranstaltungskalender des gesamten Jubiläumsjahres avancierte, bereichert die Zürcher Präsentation mittlerweile die Ausstellungsprogramme im deutsch- und französischsprachigen Ausland und wird daher noch einige Jahre von sich reden machen.

Den Verantwortlichen der Zürcher Ausstellung, die als gelungene Kooperation zwischen Universität, Stadtarchäologie und Landesmuseum realisiert werden konnte, war es von Beginn der Projektarbeiten an ein grosses



Maquette du village de Cortaillod
(Bronze final).

Similitudes ou dissemblances? Au Laténium, le parti a été choisi de privilégier la première vision des faits, ce qui n'exclut nullement un second coup de projecteur. Dans la salle de conférence, en effet, une vitrine de 9 m expose la courbe dendrochronologique des Trois-Lacs scandée par des ensembles chrono-typologiques dont il ressort, entre autres constats, que l'âge du Bronze moyen fut décidément peu favorable à la construction palafittique. Progressivement accessible au public, le dépôt du Laténium complètera la scénographie de l'exposition grâce à la présence de milliers d'objets regroupés en vitrines, gisement par gisement, niveau par niveau. Autre apport complémentaire, ouvert nuit et jour aux promeneurs: le parc, où l'on peut découvrir les pieux du plus ancien village attesté du lac de Neuchâtel (3810 av. J.-C., civilisation de Cortaillod); une pirogue monoxyle; extraits de la moraine, des blocs de serpentinite, matière première des haches polies; la reconstitution aussi fidèle que possible d'une maison du Bronze final; le dolmen d'Auvernier; un champ de céréales. Sans compter les monuments et vestiges d'autres époques, entre roselière et toundra: foyers magdaléniens, tumulus, chaland gallo-romain, pont celtique.

Un jeu stimulant consiste à passer du parc au musée, des espaces d'exposition au dépôt visitable; à changer d'échelle de perception en allant de la maquette au fac-similé tout en assimilant les principes fondamentaux de la recherche archéologique. Centré sur la République et Canton de Neuchâtel, le Laténium vise à s'ouvrir sur l'universel. Pari ambitieux? Non, si l'on veut bien admettre que chaque occasion de rencontre entre objet-témoin et méthodologie d'approche n'est qu'une incitation à découvrir davantage et mieux: un squelette conduit à l'archéozoologie, à la paléopathologie; un fruit carbonisé, à l'archéobotanique; un pieu, à la dendrologie et la dendrochronologie; un grattoir? à la typologie, à la recherche des sources de matériaux, aux voies d'échanges. A chaque pas s'allient ainsi connaissances et imaginaire.

Quelques atouts

La synergie pratiquée quotidiennement entre musée, laboratoires, service des fouilles archéologiques, institut de préhistoire s'avère extrêmement féconde. Au sein de l'espace «*Les Lacustres*», mais aussi au cœur des secteurs qui l'encadrent, les paysages changeants, le parc, le musée, le dépôt se répondent et se complètent. Toutes explications sont fournies en français et en allemand, en attendant l'audioguidage prévu. L'objet est roi, fruit esthétique et fonctionnel d'un «proto-design» exploré tout au long de sa chaîne de fabrication. Films et ateliers offrent la possibilité d'assister à une fouille subaquatique, de dater un pilotis, de suivre étape par étape la construction d'une maison en bois, argile et chaume. On constate que l'âge de la Pierre et du Bronze fut aussi celui du bois, et même d'une vannerie étonnamment «moderne».

Au Laténium, l'immersion dans le passé est triple: visuelle, auditive, tactile. Elle se veut belle, car la préhistoire est suffisamment complexe pour ne pas tolérer la laideur. S'il fallait conserver une seule image du nouveau musée lacustre neuchâtelois, ce serait probablement celle de la statue-stèle de Bevaix, préfiguration lointaine du Balzac de Rodin... Trois tonnes de granite scrutent depuis six millénaires l'espace des premiers agriculteurs, rappelant que le monde des techniques fut aussi celui de l'esprit.

Michel Egloff
Laténium
Parc et Musée d'archéologie de Neuchâtel
Espace Paul Vouga
CH – 2068 Hauterive

Bibliographie

Archéologie neuchâteloise (collection de monographies publiées par le Laténium; 1986 -; 30 volumes parus).

Geschichte der Ausstellungskonzepte im Pfahlbaumuseum Unteruhldingen am Bodensee

Gunter Schöbel

Abstract: The task of open-air museums is to offer the visitor information and new experiences. The focus is not on the original find but on the attempt to reconstruct it in its context and in its relevance to the presence. This makes them more exciting and more communicative than permanent interior exhibitions, which are often seen as stuffy and, with an 'air of authenticity' and a handful of didactic methods, are geared mostly towards a rather limited target group. The variety of presentation methods used in open-air museums helps to inform visitors and enables the museums to maximize their educational content. As open-air museums are mostly non-public and often self-financing institutions, they depend on the acceptance on the part of the visitors. They try to meet popular taste and the demands of the visitors, but also educational and scientific standards.

The dependence on visitor numbers certainly carries the danger of losing sight of the balance between what people like and economical and socio-political demands on the one hand and the requirements of scientific ethics (e.g. ICOM statutes) on the other. However, media-effective fakes attract attention and it is better to have experts attracting interest at the end of a serious scientific process than to permanently lose control over the information to the 'electronic guild' and to representatives of the leisure industry, which often decode contents better and always present them better than the 'good old museum'. Using a variety of multimedia based, pedagogical and analogous educational methods and marketing strategies, or even the involvement of the arts as a mediator is not regarded as a sin but a necessity from a scientific viewpoint.

The history of exhibition concepts in the Lake-dwelling Museum – as regards the case of Unteruhldingen – is an example of the interaction between archaeological knowledge and society over the past 150 years, certainly not only in Germany but also in Switzerland and in the entire area where this phenomenon exists. The keywords 'local history museum' – 'propaganda museum' – 'tourism museum' – 'regional museum', which are all relevant for the historical development of both the research and the methods (finds cabinet, display case presentation, interior scenography, architectural model and landscape scenography) play an important role. Additionally, the type of communication that guided tours offer, and the opportunity of an individual, haptic, sensory and audio-visual 'authentic' experience without a screen are all very appealing to visitors. Taking a close look at the opportunities offered by open-air museums can not only help us to discover temporary trends but also to find useful strategies for a comprehensive mediation of a cultural and historical understanding.

Keywords: open-air museum, exhibition concepts

Zusammenfassung

Freilichtmuseen vermitteln Erlebnisse und Informationen, stellen nicht den Originalfund sondern die Nachbildung, den Rekonstruktionsversuch in seinem Kontext und seiner gegenwartsbezogene Bedeutung für den Betrachter in den Vordergrund. Dadurch wirken sie für den Kunden spannender, kommunikativer als die oft für «staubig» befundene Dauerausstellung im geschlossenen Raum, die mit der «Aura des Authentischen» und einer Handvoll didaktischer Methoden gegenüber einem meist eingeschränkten Zielgruppenspektrum operiert. Die Vielfalt der Präsentationsformen der Freilichtmuseen unterstützt die Besucherorientierung und ermöglicht eine Maximierung der Vermittlungsinhalte. Die meist nichtstaatlich und teilweise eigenfinanziert geführten Freilichtmuseen sind abhängig von der Publikumsakzeptanz. Ihre Produkte versuchen den Zeitgeschmack, die Besucherbedürfnisse, aber auch die pädagogischen und wissenschaftlichen Standards zu erreichen.

Die Abhängigkeit von Besucherfrequenzen impliziert sicher die Gefahr, die Balance zu verlieren zwischen dem was gefällt, ökonomisch und gesellschaftspolitisch formuliert

wird und dem, was die Wissenschaftsethik aktuell (z.B. ICOM Statuten) vorgibt. Medienwirksame Fakes aber schaffen Aufmerksamkeit – und das Erzeugen einer interessierten Öffentlichkeit durch Fachleute am Ende eines ernsthaften wissenschaftlichen Prozesses ist allemal besser, als die Informationskompetenz dauerhaft an die elektronische Zunft und die Vertreter der Freizeitindustrie zu verlieren, die die Inhalte oft besser dechiffrieren und besser präsentieren als das «gute alte Museum». Das Benutzen der Vielfalt an vorhandenen medialen, pädagogischen und analogen Vermittlungsformen und Marketingstrategien oder gar die Miteinbeziehung der Künste als Mediatoren ist keine Sünde im wissenschaftlichen Sinne, sondern dringende Notwendigkeit heute.

Die Geschichte der Ausstellungskonzepte im Pfahlbaumuseum – bezogen auf den Fall Unteruhldingen – ist sicher nicht nur in Deutschland, sondern auch in der Schweiz und im gesamten Verbreitungsgebiet dieses Phänomens zeichnerhaft für das Zusammenspiel von archäologischer Wissenschaft und Gesellschaft in den letzten 150 Jahren. Dabei spielen die forschungsgeschichtlich relevanten Schlagwörter Heimatmuseum, Propagandamuseum,



Abb. 1 Freizeitparks mit archaischem Vermittlungsinhalt 2004.

Tourismuseum und Regionalmuseum neben den Vermittlungsmethoden Fundkabinett, Vitrinenpräsentation, Stubeninszenierung, Architekturmodell und Landschaftsinszenierung eine wichtige Rolle. Daneben besitzen die Kommunikationsformen der Besucherführung und die Möglichkeit, Geschichte individuell, haptisch, sensorisch und audiovisuell «authentisch» und «ohne Bildschirm» zu erleben, eine große Anziehungskraft. Die Betrachtung der Möglichkeiten im Open-Air-Museum gibt die Chance, nicht nur Zeittrends, sondern auch hilfreiche Strategien für die umfassende Vermittlung eines Kultur- und Geschichtsverständnisses zu erkennen.

Zur Wettbewerbssituation zwischen archaischen Museen und der Freizeitindustrie

In einer Zeit, in der sich Themenparks und Freizeitvergnügen im historischen Ambiente immer größerer Beliebtheit erfreuen, sich Mystery Parks (CH) (Abb. 1), Europa Parks (D) oder Mythos Parks (GR) um die Präsentation von Archäologie im Maßstab 1:1 bemühen, lohnt es sich, einen Blick auf den Saurier des Vermittlungsgeschäftes, das gute alte Museum zu werfen. Immerhin wurden nach den Zahlen des Berliner Instituts für Museumskunde in Deutschland 2002 über 102 Millionen Besucher in den 6059 Museen gezählt (Museumskunde 2003, 3) – deutlich mehr als in den europäischen Freizeitparks, die im gleichen Jahr nur knapp 25 Millionen Besucher aufwiesen (Amusement for Fun 5/6, 2002, 72). Statistisch bedeutet dies, dass jeder in Deutschland 1,2 mal pro Jahr die «Kathedralen unserer Kulturgesellschaft» (Wefing 2003) besuchte, um sich vor Ort und nicht etwa aus zweiter Hand ein Bild vom geistigen und künstlerischen Reichtum unserer Gesellschaft zu machen. Forschen, Sammeln, Bewahren, Vermitteln, Ausstellen – scheinbar trägt unser System noch und muss sich nicht davor fürchten, vom Drang der Bevölkerung nach Event und Entertainment

überrollt und vom politischen Druck einer Forderung nach allgemeiner Akzeptanz an die Wand gedrückt zu werden. Doch die Wirklichkeit sieht anders aus. Die Museumsszene ist nervös, befindet sich im Wettbewerb. Sie buhlt um Events (Jensen & Wiczorek 2002), schielt auf Quoten – sprich Besucherzahlen – und hinterfragt unter dem Seriositätsaspekt Konzepte, Ressourcen und Kommunikationsformen (Kunstmuseum Wolfsburg 2003). Sie entdeckt gerade den Besucher (Bouresh 2004) und den Touristen (Vogt 2001) neu, fragt verstärkt nach seinen Wünschen und Bedürfnissen und erstellt Zielgruppenprofile, die mit Bildung und Fun bedient werden sollen. Wichtig werden dabei zunehmend in der Museumslandschaft auch die Erfolgsfaktoren der neuen Konsumorte im Tourismus, die Albrecht Steinecke, Paderborn, in seinem Werk «Erlebnis- und Konsumwelten» (Steinecke 2000, 24) vor kurzem präziserte: Marken, Dramaturgie, Allianzen, Serien, Emotionen, Illusionen, Stories, Stars, Normung und bunte Cocktails. Aber, und das ist für die Museen tröstlich, die Konsumkultur der Zukunft soll in zwei gegensätzlichen Entwicklungen stattfinden. Zum einen wird es – und die Ansätze sind sichtbar – eine Standardisierung von Angebot und Nachfrage als dominierenden Main-Stream-Trend geben. Diese Entwicklung gehört den Themenparks. Zum anderen soll eine Moralisierung und Entschleunigung des Konsums sowie der Konsumboykott als Gegentrend zur «Veraldisierung» und «McDonaldisierung» der Gesellschaft erfolgen. Das Erfahren und Erleben soll im Stillen, in einer anderen Welt stattfinden. Dort ist seit jeher das Museum zu Hause, das nach dem Handbuch für Museumspädagogik (Weschenfelder & Zacharias 1992) auftragsgemäß historische Grundlagen sammelt und präsentiert, das ästhetisch-gegenständliches Lernen, technisch-naturwissenschaftliches Lernen aber auch soziales und politisches Lernen unterstützt und das nach den ICOM Statuten einen Qualitätsstandard zu halten verpflichtet ist (Langenstein 2004). Doch die



Abb. 2 Gesamtanlage Pfahlbaumuseum Unteruhldingen 2002.

Front der Aufrechten bröckelt: Museumsnächte, Incentives, Automobilpräsentationen in Museumssälen, Science Fiktion Filme neben Vitrinen, Reenactment von Steinzeit bis World War II mit echten Panzern im archaischen Freilichtmuseum, vieles ist aus der Not heraus bereits Alltag geworden. Spielwiesen für jedermann entstehen oft mit zu geringem fachlichem Hintergrund. Daher wird zu Recht auch kritisch gefragt, ob sich die an wissenschaftlichen Kriterien orientierten Freilichtmuseen im speziellen gegen die Flut billiger Nachahmungen auf Sicht durchsetzen können (Sommer 2002, 187).

Die Vermittlungskonzepte im Freilichtmuseum Unteruhldingen

Die Betrachtung des Pfahlbaumuseums Unteruhldingen am Bodensee, das sich von dem Zielpublikum aus betrachtet schon seit seiner Gründung im Jahre 1922 an der Schnittstelle zwischen «Heimatmuseum», Themenpark und «Fachleutemuseum» befindet, eignet sich als Prüfbeispiel für die Vermittlung des Topos «Pfahlbauten»

aufgrund seines Alters und aufgrund der seit langem bestehenden Vermittlungseinheiten besonders gut. Seine Ausstellungskonzepte im Verlaufe der Zeit spiegeln die Museumsentwicklung der letzten 150 Jahre wieder. Als kombiniertes «Indoor-Outdoormuseum» verfügt es wie die meisten Einrichtungen seines Typs in Europa über eine Vielfalt an museologisch gewachsenen Strukturen und Methoden.

Die Faszination Pfahlbauten erschließt sich in Unteruhldingen dem Besucher vielfältig und auf mehreren Ebenen (Abb. 2). Prägend sind ein moderner Museumsbau (1996) mit Werkstatt (1989) und das Freilichtmuseum mit 20 Hausrekonstruktionen (1922–2002), eingebettet in eine naturnahe Ufersituation, die seit 1926 Naturschutzgebiet ist. 15 Mitarbeiter während des Winterhalbjahres und etwa 55 Beschäftigte von März bis Oktober sind in den Abteilungen Handwerk, Verwaltung und Wissenschaft angestellt. Das Museum befindet sich seit seinen Anfängen in der Trägerschaft des Pfahlbauvereins, eines nichtstaatlichen Geschichtsvereins mit aktuell rund 620 Mitgliedern, der nach seiner Satzung der Bildung der Allgemeinheit mit

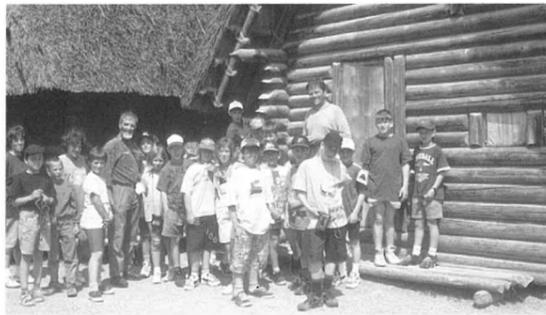


Abb. 3 Besucherführung in den Pfahlbauten.

den Mitteln des Museums und der Erforschung der Pfahlbauten verschrieben ist. Zwischen 280'000 und 300'000 Besucher jährlich ermöglichen die Existenz des Museums ohne staatliche Zuschüsse (Schöbel 1999). Mehr als ein Dutzend Ausstellungs- und Vermittlungskonzepte sind in ihm präsent.

Das Pfahlbaumuseum macht abstraktes Wissen anschaulich (Weiss 2003, 12). Es erreicht die Menschen, weil es die archäologischen Objekte in einen verständlichen Kontext setzt und über die Kommunikation mit dem Besucher versucht, diesen für den Inhalt zu öffnen, was bei den Ansprüchen des selbstbewussten, erfahrenen und zunehmend verwöhnten Kunden nicht immer leicht zu bewerkstelligen ist. Daß dieses Ziel am Ende aber doch fast immer erreicht wird, zeigen die vorliegenden Eigen- und Fremdevaluationen der Jahre 1997, 2002, 2003 und 2004. Das größte Problem ist die anwachsende Zahl derer, die sich dem Hauptvermittlungsinstrument, der Rundführung durch die Freilichtanlage, die 16'000–17'000 mal im Jahr

stattfindet (Abb. 3), mit dem Hinweis entziehen möchten, dass sie keine Anleitung benötigten und sich diesen Inhalt individuell erschließen könnten. Das ist entweder der typische eilige Tourist mit Attraktionskombikarte oder der Kunstmuseumsbesucher, Lehrer oder Fachkollege, den wir über die Vermittlungsmethoden Text/Bild-Flachware (Abb. 4a) (Stichwort «Abstraktes Lernen»), Originalfundvitrine (Abb. 4b) (Stichwort «Aura des Authentischen») und Fachpublikation (Stichwort «Vertiefung der Lerninhalte») im Rahmen der deskriptiven und selbstkognitiven Vermittlung, wie sie in allen anderen Museen zu finden sind, versorgen. Dieser lernt in der Dauer- und Wechselausstellung im Hause die archäologischen Funde, ihre Befund- und Zeitzusammenhänge, den chrono-typologischen Kontext (Flutsch 2003), die Forschungsmethoden und die Einordnung in den kulturellen und geographischen Raum kennen. Das Modell einer Tauchausgrabung im Museum (Abb. 5) mit Fischen unter authentischen Bedingungen im Wasser hinter Glas in einem Aquarium hilft ihm, die Methode der Ausgrabung im Trockenen kennen zu lernen. Weitere Tischvitrinen mit Kleinmodellen und Leuchtdiaständen veranschaulichen blitzlichtartig Forschungsergebnisse zur Haus- und Siedlungsbauweise und Wirtschaft oder zeigen, wie heute noch bewohnte Pfahlbauten analog zur Erklärung wissenschaftlicher Phänomene herangezogen werden können. Er ist fasziniert von den «... Originalobjekten als sichtbaren Zeugen der Vergangenheit, die ihm direktes Erleben historischer Realität suggerieren» (Schärer 2003, 88). Und von Rekonstruktionen und Modellen, «... die nicht nur versuchen materielles zu rekonstruieren, sondern auch Funktionen aufzuzeigen, die gewisse Gemeinsamkeiten mit wiederholungsfähigen, wissenschaftlichen Experimenten haben» (Schärer 2003, 88) – sofern er sich diesen Inhalten öffnet.

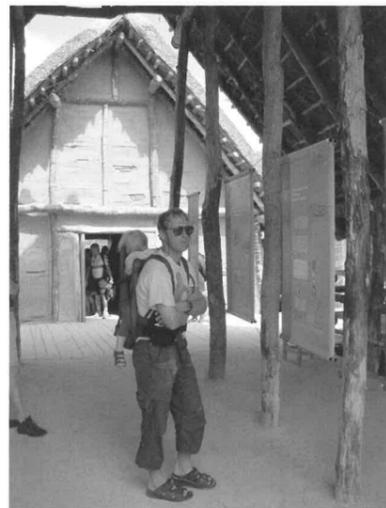


Abb. 4 Besucher vor der Informationstafel (a) und vor der Vitrine im Freilichtmuseum Unteruhldingen (b).

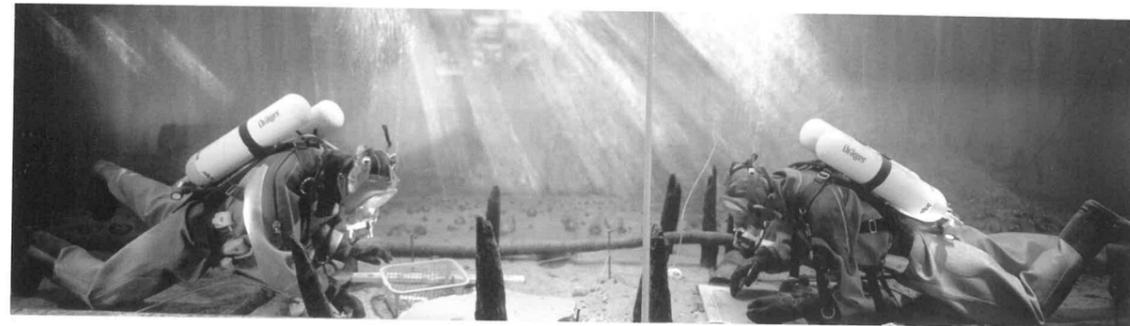


Abb. 5 Taucheraquarium zur Darstellung von Befund und Methode.

Im Freilichtbereich wirkt zuerst die Landschaftsinszenierung mit ihren Architekturmodellen, denen sich niemand entziehen kann. Wasser, Wellen, Uferlandschaft, Wind, Vögel, Frösche, Fische erklären die Siedlungssituation der Pfahlbauer, bevor der Besucherführer ein erstes Wort gesprochen und sie mit ihrem Vortrag auf die Reise in die Vergangenheit überhaupt erst mitgenommen hat. Es riecht, schmeckt, tönt und es treten auf einem Wegerlebnis von 45 Minuten auf knarrenden, schwankenden Holzstegen im Kontakt mit natürlichen Stoffen und Oberflächen Sinneserfahrungen auf, die einzigartig, einprägsam und unwiederholbar sind. Die individuelle Vermittlung von Mensch zu Mensch in einem Wechsel von Frontalunterricht und Frage- und Antwortspiel, mit einem «Geschichten erzählen» schafft Nähe, Vertrautheit, Interesse und befördert anwachsend Kommunikation und Informationstransfer über den Gegenstand stein- und bronzezeitlicher Pfahlbauten zwischen 4000 und 800 v. Chr. im Alpenvorland. Sie ist Vermittlung von Informationen in größtmöglicher Dichte.



Abb. 6 «Das Hornstaadhaus» während eines Bewohnexperiments.

Experimentelle Hausbauten (Abb.6) erklären (Fansa 2000, 7–10), liefern Informationen zu Bauzeiten, Stoffeignung und Haltbarkeit und können im *living experiment* auch Müllakkumulationen unter den Häusern, das Verhalten bei Hochwasser und Sturm oder das Isolationsvermögen eines Steinzeithauses bei Minustemperaturen ergründen helfen. Ideal zur Veranschaulichung von paläobotanisch ermittelter Umwelt ist ein Versuchsgarten mit prähistorischen Anbaupflanzen (Abb. 7), der Töpferofen, der Einbaumparcours oder der Bogenstand, an dem bei Seminaren, Projekten oder Lehrveranstaltungen urgeschichtliches Lernen unterstützt werden kann. Interaktives Lernen mit Repliken, Handlungsorientierung, kreatives und spielerisches Aneignen von Fertigkeiten in Kursen, thematisch begrenzte Schwerpunktführungen, lehrplanbegleitende Projekte im «Lernort» und Museumsfeste sind hier die Stichworte für die Konzepte, die im Bedarfsfall die Museumsführung ergänzen. Die Vermittlung von Mensch zu Mensch ist bei entsprechender Schulung des Personals hier weder durch die *audio-guided-tour* noch durch andere elektronisch-didaktische Mittel zu ersetzen – abgesehen davon sind dies allein 36 Arbeitsplätze im Pfahlbaumuseum Unteruhldingen.



Abb. 7 Versuchsgarten prähistorischer Anbaupflanzen.



Abb. 8 Die Stubeninszenierung im Steinzeithaus.

Im Halbdunkel der Häuser dominiert die Stubeninszenierung (Abb. 8): Alltagsgeräte und Objekte der Sachkultur stehen im Zentrum der Vermittlung. Der Lerninhalt liegt auf den Vermittlungsfeldern Subsistenz und Technologie der Stein- und Bronzezeit. Bewährt hat sich bei Gruppen bis zu 35 Personen die über Kopf Anbringung der Gerätschaften an den Hüttenwänden, ferner eine «Theke», von der aus Gegenstände zum Anfassen und Herumgeben gereicht werden können oder auf der Vorführungen möglich sind. Gewählt wurde diese Art der Präsentation, um eine bessere Sichtbarkeit der Objekte bei den Rundgängen durch die Freilichtanlage zu gewährleisten. «Uhldi» (Abb. 9), unser Museumsmitarbeiter in jungsteinzeitlicher Kleidung, wird als Vermittlungsfigur immer an Montagen für Kindergärten, Schulen und Familien als «Reporter aus der Steinzeit» eingesetzt. Er befördert, ebenso wie die Raum- und Landschaftserfahrung den emotionalen Zugang des Besuchers zum Thema unseres Museums und schafft das für die Erinnerung so unverzichtbare Erlebnis. Man könnte sagen, das wissenschaftlich kontrollierte, persönliche



Abb. 9 «Uhldi» berichtet aus der Steinzeit.

«event» für den Besucher. Im Unterschied zur Mickey Mouse im Disney Park ist er aber nicht nur Kinderstar und Herrscher der Märchen und Geschichten, sondern Erzähler und «Imaginator» aus einer längst vergangenen Welt, in der die Vorstellungskraft des Einzelnen und die Kunst der Rede wichtiger war als die elektronisch erzeugte, visuelle Information. Im Pfahlbaumuseum entstehen die Bilder noch im Kopf, meist altmodisch analog und nicht digital initiiert, aus unserer Sicht ein wichtiger Erkenntnisweg in unserer zunehmend von digitalem Lernen beherrschten Welt. Natürlich gibt es auch Lehrfilme, wie den Steinzeitfilm «Mit der Maus» zum Thema des «experimentellen Hausbaus», der vom darauf konditionierten Publikum am Schluß der Führung gerne angenommen wird.

Wichtig ist die Vermittlung des Inhalts über den Gesamteindruck der gebauten Anlage. Im Museum sollte Architektur ästhetisch aber auch möglichst authentisch genossen werden können (Tremel 2003) – wobei zu streiten ist, ob der «medial wirksameren Selfmadearchitektur mit Zotteldächern» oder den «nach den Regeln der Baukunst errichteten Dörfern» der Vorzug zu geben ist (Schmidt 2000, 173f.). Beide Organisationsformen sind bekannt. Dies hängt von den Kräften des jeweiligen Museums, dem avisierten Zielgruppenspektrum, und nicht zuletzt von der Qualität der gewählten archäologischen Befundausgangssituation ab. Architektur sollte dem Vermittlungsinhalt dienen und wissenschaftlich und pädagogisch stimmig sein. Große Häuser ermöglichen Gruppenführungen und Präsentationen bei Regen auch innerhalb, kleine Hütten sind für Gruppen meist besser von außen zu betrachten, eignen sich aber für die Projektarbeit in Kleingruppen. Feuchte Holzschnipsel auf dem Boden in Verbindung mit schiefen Lehmwänden und rauchgeschwängelter Luft faszinieren Familienpublikum und Schulklassen. Stege und fein gekieste Wege werden von Damen mit Stöckelschuhen, Rollstuhlfahrern und eiligen Reisegruppen geschätzt. Detailtreue und sichtbare Fertigkeiten bei der Erstellung des Dorfensembles bestechen auf andere Weise. Gerade kunsterfahrenes Publikum schätzt dieses Darstellungsmerkmal, auch wenn im Falle der Freilichtmuseen meist kein Stararchitekt sondern «nur» sorgfältige Baumeister und sachkundige Handwerker eingesetzt waren.

Der Aufbau eines Dorfausschnittes 1:1 als Modell (Schöbel 2002b, 33ff.) (Abb. 10) nach Ausgrabungsbefunden der Tauch- und Luftbildarchäologie in Unteruhldingen schafft ein umfassendes Raumerlebnis und lässt auch ohne Cyberspace-Equipment Dimensionen erkennen. Die Dinge sind nicht klein. Das Lernen kommt nicht aus der Schachtel. Die Museumsarchitektur wird für den informierten Kunden selbst zum detailreichen Ausstellungsobjekt und für andere zur schönen Hülle des Schatz- und Geschichtenhauses (Forster 2003). Im Gegensatz zu den meisten Kunstmuseen besteht hier kein Widerspruch oder Zwiespalt, sondern eine permanente Wahlmöglichkeit zwischen ästhetischer und gegenständlicher Wahrnehmung.



Abb. 10 Der spätbronzezeitliche Dorfausschnitt «Unteruhldingen».



Abb. 11 Landschaftsmodell des Naturraums der spätbronzezeitlichen Ufersiedlung Unteruhldingen - Stollenwiesen.

Die neue, 2002 eröffnete Ausstellungseinheit in Unteruhldingen befördert durch sorgfältige, nachvollziehbare 1:1-Rekonstruktionen neue archäologische Ergebnisse im Rahmen von diskutierfähigen Modellen. Die Ergebnisse der Paläobotanik und der Archäodendrochronologie wurden durch den Modellbauer Richard Windrow plastisch in einer Landschaftsrekonstruktion umgesetzt (Abb. 11). Der Schädel eines Rindes und die Resultate archäozoologischer Forschung münden in Ganzkörperrekonstruktionen auf Draht-Kunststoffgestell durch den Tierpräparator Joseph Kawerk (Abb. 12). Dreitausend Jahre alte Wagenräder und Achsen sind die Grundlage für den Wagenbaumeister Friedrich Niethammer, eine fahrfähige Replik, die im übrigen in 13 Minuten auseinandergenommen oder zusammengebaut werden kann, herzustellen (Abb. 13). Kopien von Einbäumen entstehen nach detaillierter Funddokumentation, sie werden ausprobiert und selbst zum Ausstellungsgegenstand. Das Fischernetz kann nicht nur unter Glas (Abb. 14), sondern auch im Gebrauch betrachtet und sogar selber hergestellt



Abb. 12 Ein Produkt der Zooarchäologie: Das Tierpräparat «Stier» im Museum



Abb. 13 Ein Rekonstruktionsversuch des spätbronzezeitlichen Wagens «Wasserburg - Buchau» im Gebrauch.



Abb. 14 Pädagogik am Netz. Schülerprojekte im Freilichtmuseum

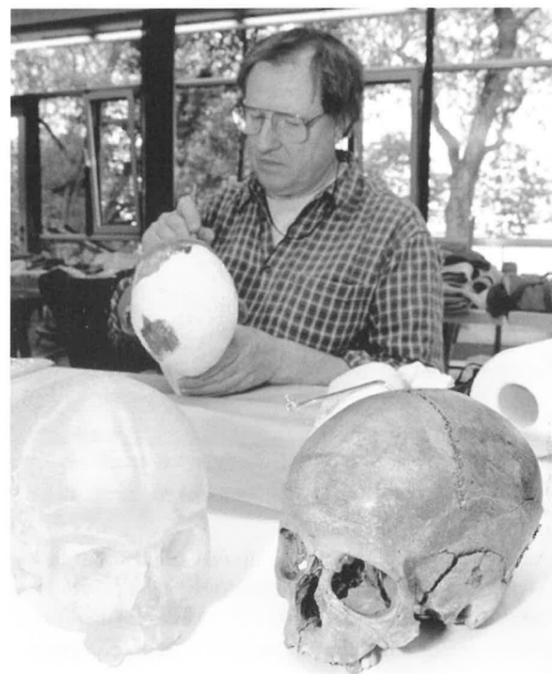


Abb. 15 Aus dem Schädel wird wieder ein Kopf. Gesichtsrekonstruktionen.

lyse und der Interpretation dargestellt und gegenständlich erläutert werden.

Die unmittelbare Nähe zum Objekt wurde erstmals auch in szenischer Darstellung anhand von Fundnachbildungen hergestellt. Die Einzelfunde von der Lederkappe über das Korbgeflecht bis hin zum Ohrring fanden ihren Platz an Figurinen des Englisch/Schweizer Künstlers Gerry Embleton, der mit der Archäologie Geschichten für die Hausinnenräume entwickelte (Abb. 16). In einer Szene besucht ein Salzhändler aus Hallstatt einen Korbflechter

am Bodensee, dessen Familie gerade aus dem Schlaf erwacht ist. Alle dargestellten Elemente sind aus dem Befund erschließbar. Die archäologischen Funde liegen nicht in Vitrinen, sondern befinden sich in einem Sinnzusammenhang, wobei die Handlung dazu frei erfunden ist. Brüche in den Erzählsträngen – wie etwa die Darstellung einer geraubten Sklavin (Stichwort «Fremde Frau») – sind beabsichtigt. Solche Illustrationen sollen die heimelige Szene konterkarieren und auch zum Nachdenken über Ungewohntes oder gar Grausames animieren. Gleiches wollen Modellpaare erreichen, die etwa mit den Themen «Tanz» und «Raubzug» zwei extrem gegensätzliche Situationen verkörpern. Ein weiteres Paar bilden zwei Zimmermodelle oder Bronzezeitstuben mit exakt denselben vorgegebenen Funden, jedoch in grundsätzlich anderer Anordnung, einmal als «Frauenrekonstruktion» (Abb. 17a), einmal als «Männerrekonstruktion» (Abb. 17b) erstellt. Sie zeigen zwei unterschiedliche Interpretationen von «Vorzeit» in Abhängigkeit von der Sichtweise des Modelleurs – und damit ein generelles Problem bei der Rekonstruktion archäologischer Szenen an. In der einen Stube kochen und flechten die Männer, eine Frau beobachtet interessiert und prüfend ihr Tun. In der anderen sitzen die Männer würfelnd am Tisch. Eine Frau bedient sie «unterwürfig mit niedergeschlagenen Augen». Spannend ist es hier, eine gemischte Gruppe aus Frauen, Männern und Kindern oder gar Fachkollegen nach dem wahrscheinlicheren Bild für die Spätbronzezeit zu fragen. Die Antworten sind besonders interessant für unseren Zeitgeist, die Diskussion um die Manipulierbarkeit von Bildern und natürlich die *gender archaeology*. Der These des prunkvollen Wagengrabes und seiner Begräbnisfeierlichkeiten im Kulthaus der Spätbronzezeit (Abb. 18a) wird die «alte Religion» (Abb. 18b) der Kultschächte, Opferplätze und Kulthöhlen entgegengesetzt. Welche der beiden Inszenierungen beschreibt wohl besser



Abb. 16 Fund- und Geschichteninszenierung in Haus 1 im neuen Bronzezeitdorf von Unteruhldingen.



Abb. 17 «Männerstube» und «Frauenstube» – war es so ... oder so? Modell.

das Wissen um solche Vorgänge zwischen Leben und Tod, die Vorstellungen von Diesseits und Jenseits? Am Ende des Museumsrundgangs bleiben Fragen. Dies bestätigen uns Museumsbefragungen deutlich, die am Ende nur durch weitere Museumsbesuche und eine Fortsetzung der Auseinandersetzung mit unserem Thema zu lösen sind. Wir sind heute damit zufrieden, dem Museumsbesucher durch unsere Konzeption und mit unseren Mitteln der Darstellung und Kommunikation eine spezifische Grundinformation und darüber hinaus eine Anleitung zum Weiterfragen geben zu können. Und auch er, der Besucher, scheint damit zufrieden zu sein.

Museum im Kulturmanagement

Es ist kein Geheimnis, dass es auf dem «Schauplatz der Geschichte», dem «Erinnerungsort» im Freilichtmuseum unter dem Erfolgs- und Konkurrenzdruck anderer Anbieter zunehmend wichtiger wird, den «Seriositätsstandard» zu



wahren, und dabei den Ort des «Geschichten Erzählens», den «Lernort» oder das «science center» (Klein 2004) zu gestalten, «unwiederholbare», «alltägliche» und «heilige Räume» zu erzeugen und zudem auch das «Mitmachendürfen» für wichtige Zielgruppen zu ermöglichen (Kaindl 2003). Leicht ist dies nicht. Wichtig aber sind hier alle Interessengruppen wie Kinder, Senioren, Familien, Manager oder Fahrradtouristen, die in ihren Bedürfnissen immer stärker berücksichtigt werden wollen. Eine intensive Auseinandersetzung mit dem Besucher verlangt eine hohe Flexibilität von Institution und Konzeption, zielorientiertes Arbeiten, motivierte Mitarbeiter und die Mittel, dies stets alles sachgerecht und kurzfristig umsetzen zu können. Dieser neue Ansatz überfordert manche Museumsträger, die das Museum noch in den Kategorien «(selbstbestimmtes) forschen, sammeln, bewahren und vermitteln» verhaftet sehen und führt zwangsläufig zu Konflikten zwischen den Verantwortlichen und ihren Partnern in Tourismus, Politik und Pädagogik. Das erfolgreiche Museum mutiert



Abb. 18 «Alte Religion» und «Neue Religion» in der Spätbronzezeit. Modell.





Abb. 19 «Archaeolive» – ein europäisches Freilichtmuseumsprojekt.

aber gerade, was überhaupt nicht negativ zu werten ist, zur Dienstleistungsfirma im Kulturmarketing (Bouresh 2004) und steht dabei im Wettbewerb mit zahlreichen anderen Freizeiteinrichtungen.

In einem als rezessiv empfundenen Markt erhalten Marketingstrategien auch im Museumswesen zunehmend Gewicht. Strategische Planung, kooperatives Marketing oder auch eine Internationalisierung des Unternehmens sind nicht länger Fremdwörter im Geschäft. Mit EXARC wurde vor kurzem ein europäischer Verband der archäologischen Freilichtmuseen gegründet, der die Aufgabe einer gemeinsamen Qualitätsorientierung besitzt und der den ständigen wissenschaftlichen Austausch und die Akquise von europäischen Projekten befördern soll. Nach dem Projekt «Archaeolive – Europäische Freilichtmuseen der

Vor- und Frühgeschichte» im Programm «Raphael» (Barth et al. 2003) zusammen mit Museen in Wien, Modena und Unteruhldingen (Abb. 19), das 2004 abgeschlossen wurde, beginnt jetzt mit dem Projekt «Delphi» im Programm «Kultur 2000» zwischen den Freilichtmuseen Archeon (NL), Arais (LT) und Unteruhldingen (D) unter der Mithilfe weiterer 25 europäischer Museen (www.exarc.net) eine neue Kooperation. Im «Pfahlbauquartett», einer gemeinsamen Ausstellung zwischen 4 Pfahlbaumuseen (Pfahlbauquartett 2004) probten 2004 die Häuser von Bad Buchau, Konstanz, Frauenfeld und Unteruhldingen anlässlich des Pfahlbaujubiläums (Abb. 20) grenzüberschreitendes kooperatives Marketing innerhalb der erweiterten Bodenseeregion und nutzen dadurch gemeinsam synergetisch die in diesem Raum vorhandenen Ressourcen und Besucher (www.pfahlbauquartett.de).

Standortmarketing kann etwa bedeuten, dass die örtliche Jugend des Fussballvereins mit Trikots ausgestattet wird, die das Logo und die Bezeichnung des Museums tragen (Abb. 21). Dies stärkt die Identifikation der Jugend am Standort mit «ihrem Museum» und bricht eine Lanze für die Kultur auch in der sportbegeisterten Bevölkerung. Auch Probleme bei der Schilfdachdeckung, bei der im Beispiel 2000 Bündel pro Haus benötigt wurden (Abb. 22), lassen sich bei entsprechender Unterstützung im Hand-on-Prinzip in nur 1,5 Stunden lösen, wenn im Radio und in der Presse zur Mithilfe für ein Gemeinschaftswerk im Museum aufgerufen wird.

Selbst der Entenvogelkult (Abb. 23) der Spätbronzezeit wird für Kindersendungen unter Miteinbeziehung der Taucharchäologie darstellbar, wenn die bekannten Ikonen und Stars – wie hier des «Tigerentenclubs» – in das Museum kommen und mit ihren Methoden in unserem Feld unter wissenschaftlicher Begleitung unseren Bildungsansatz transportieren.

Neben der Bereitschaft, die Bevölkerung bei Events einzubinden (Abb. 24) und diese mit ihnen gemeinsam zu gestalten, sollte aber auch die Freude an der spielerischen Entwicklung von Projekten, dazu gehört auch eine Portion



Abb. 21 Fußballtrikots.

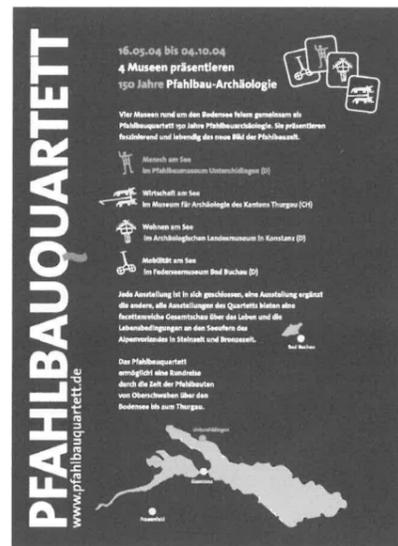


Abb. 20 «Pfahlbauquartett» Ausstellungsprojekt 2004.



Abb. 22 «Pfahlbaumeisen» beim Schilfrtransport in den Pfahlbauten.



Abb. 23 Der «Tigerentenclub» bei Dreharbeiten im Museum.

Humor (Schmidt 2001), nicht vergessen werden. Bei einer Wettbewerbsaktion des ersten deutschen Fernsehens konnte 2003 auf diese Weise nicht nur das dritte, neue Dorf im Freilichtmuseum Uldingen gezeigt, sondern auch als kostenloser Glücksfall der medial positiv wirksame Sieg gegenüber 200 Mitbewerbern zusammen mit Vertretern von fünf örtlichen Vereinen, Gemeinderäten und Anwohnern mit großem Vorsprung vor den anderen gefeiert werden. Die Teilnehmer waren aus der Bevölkerung und vornehmlich aus der örtlichen Jugendmusikschule rekrutiert, die teilweise «bronzezeitlich» eingekleidet waren und am Ende den Siegpriis von 10 000 Euro für die Anschaffung neuer Instrumente davon trugen. Das Museum kommt seither mit Fernsehspots dieses Events regelmäßig zwischen Filmbeiträgen im TV. Das Fernsehprogramm im Land, das in unserem Kerneinzugsgebiet sendet, wirbt inzwischen mit uns und für uns kostenfrei an Straßenbahnhaltstellen, Verkehrskreuzungen und Bahnhöfen (Abb. 25).

Ist dies für ein Museum zulässig? Oder verletzen wir dadurch unseren Code of Ethics? Wir können es heute nach abgeschlossener Diskussion in unseren Gremien unter gewissen Vorgaben und Grenzziehungen durchaus vertreten, medial offensiv zu arbeiten und nutzen dabei unsere reichen Möglichkeiten als Museum. Wir beobachten die Konkurrenz der Parks und der wirtschaftlich orientierten Erlebnisindustrien genau und versuchen, mit unseren bewährten handlungsorientierten Methoden, die wir am Markt ständig erproben und entwickeln, unser eigenes Profil in einer strikten Qualitäts- und Kundenorientierung zu schärfen (Schöbel 2002a). Wichtig ist hier der ständige Diskurs mit unseren Besucherführern und Besucherführerinnen, die uns über den Kunden informieren und die wir unsererseits in laufenden Kursen mit den neuesten Ergebnissen der Forschung versorgen. Wir stellen, ebenso wie die moderne Konsumforschung fest, dass der Kunde immer stärker von einer punktuellen und nicht mehr universellen Wahrnehmung beherrscht wird. Er ist ungeduldig, wählerisch, anspruchsvoll, selektiert internetgewohnt in Sekundenschnelle. Es bleiben oft nur

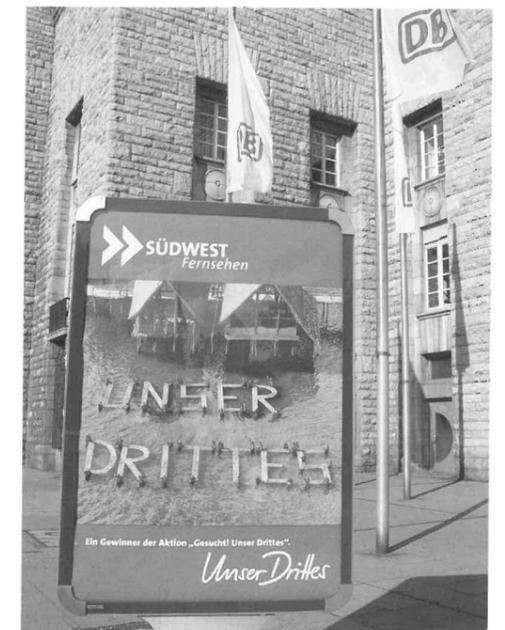


Abb. 24–25 «Unser Drittes» - Pfahlbaudorf in Unteruhldingen als Fernsehwerbung für das Museum im Fernsehen und im Öffentlichen Nahverkehr.



Abb. 26 Reenactment gestern und heute. 1926 und 2004.



Abb. 27 Experimentelle Archäologie am Keramikgefäß, gestern und heute.



Abb. 28 «Einbaumfahren» 1931 und 2002.



Sekunden, um ihn zu fangen, ihn zu interessieren. Dies ist für die Vermittlung von komplexen Inhalten ein Problem, das uns dazu geführt hat, ihn zuerst mit Landschaft und Inszenierung zu betören, um ihn dadurch in unseren Bann zu ziehen. Diese Methode funktioniert bei den meisten Besuchern. Erst danach sieht er die Originalfunde und

unser Handwerkszeug, die archäologischen Analyseverfahren, die ihn vorher nicht so stark interessiert haben und bekommt er einen Hinweis auf die Fragestellungen der Wissenschaft, die ihn bewegen sollen, sich weiter mit dem Thema, gleich mit welchem Medium, auseinander zu setzen. Er erhält in der frontalen Vermittlung von 45

Minuten ein Wissensfundament, auf das er aufbauen kann, das ihm nicht alle Fragen beantwortet, das ihn aber bewegt und anspricht, wieder zu kommen.

Rückblickend von 1922 bis heute betrachtet, ist es bei der Vermittlung von Mensch zu Mensch nicht so wichtig, ständig neue Methoden von außen aufzunehmen und an die Gegebenheiten in einem Museum anzupassen. Die «Eventisierung» und «Elektronisierung» aller Inhalte kann langweilig werden und wiederum nur bestimmte Spektren der Zielgruppe ansprechen, die auf solche Ereignisse «begeistert abfahren». Meist hilft es mehr, althergebrachte Methoden kritisch zu analysieren und aufzuarbeiten und diese im Rahmen des eigenen Zielkonzeptes und den Besucherbedürfnissen entsprechend ständig auszubauen. Der Mensch als Vermittlungsfaktor ist besser als das Headset. Das Experiment und die Vorführung zum Mitmachen sind selbstverständlich nachhaltiger für das Verstehen als Touch Screens, die rasch veralten, aufwendig im Unterhalt sind und bald ihren Reiz verlieren. Die Inszenierung und das Lebendig-Machen von Vergangenen sind aus sich heraus faszinierend. Die Szenografie spielt mit der Illusion. Sie hat eine mindest so große Kraft wie das Original, das das archäologische Freilichtmuseum nicht in jedem Falle vorweisen kann, mit dem es aber als rekonstruierendes Museum als Nachbildung für alle gegenständlich und sorgfältig umgehen muß. Hier unterscheidet es sich grundsätzlich vom rein induktiv vorgehenden Exponatmuseum (Baumunk 2004, 4f.), das die Replik oder das Modell nur im Notfall einsetzt, und das Besucherinteresse auf anderen Wegen wecken will. Das Freilichtmuseum ist ohne die sorgfältige Reproduktion des Originals oder des Versuches, es getreu wieder herzustellen kaum vorstellbar, gleich ob es die Umwelt, das Werkzeug, den Menschen oder das Habitat betrifft. Der Knochensplitter, der Köcherlarvenflügel oder der Drehkeramikscherben stehen dann sinnvoll am Ende der historischen Lernvermittlung. Unsere Monumente in den Augen der Kundschaft sind die Pfahlbauten. Sie gilt es Aspekt um Aspekt zu durchleuchten und mit allen Mitteln der Wissenschaft und der Künste darzustellen. Die Begeisterung für die Pfahlbauer am See trägt uns seit über 150 Jahren (Schöbel 2004). Sie sind in den Augen der Menschen stets Transportmittel und Identifikationsfiguren für den Inhalt geblieben (Kaeser 2004; Della Casa et al. 2004, Einleitung; Trachsel 2004). Auch wenn die Wissenschaft regelmäßig zu Jubiläen mit den Interpretationsansätzen zum Pfahlbauerbild der jeweils vorangegangenen Forschergeneration kämpft und sie richtig zu stellen versucht (Hafner & Suter 2004, 8f.). Themen, die auch 2004 pünktlich zum Jubiläum wiederkehrten, indem wieder um «falsche Pfahlbaubilder» diskutiert wurde, die es ja nicht gibt, sondern die nur verschiedene Interpretationen darstellen, von denen nach aktuellem (spärlichem) Wissensstand die einen mehr und die anderen weniger Wahrscheinlichkeit besitzen. Zumindest war es wieder einmal verwirrend für die Kundschaft zu

hören, dass man jetzt zum 150-jährigen, wie im übrigen schon zum 75-jährigen, 100-jährigen und zum 125-jährigen, das richtige «neue Bild» der Wissenschaft (endlich) gefunden habe.

Richtiger als die permanente wissenschaftliche Nabelschau wäre es, sich der effizienten Vermittlung des Pfahlbautemas unter Zuhilfenahme bester pädagogischer Mittel zu erinnern und sie weiter zu entwickeln, die stets ein lebendiges Bild der Pfahlbauer im Mittelpunkt sahen (Doppelbilder Abb. 26a,b; 27a,b; 28a,b). Dies schafft wie schon in den Zwanziger Jahren Wissen über Sinnerfahrung. Dies kommt keiner kritiklosen Übernahme der Unterhaltungsmethoden der Freizeitindustrie mit ihren Fahrgeschäften, Shows und 3-D-Animationen gleich und auch nicht einer völligen Abkehr von ästhetischen bis manchmal leblosen Kulturpräsentationen in unseren Indoor-Museen, sondern es bedeutet lediglich, den Besucher mit seinen Fragen ernst zu nehmen und ihm in der direkten Auseinandersetzung Antworten zu geben, die ihm Disney und Däniken, weil sie weniger wahrhaftig und wirklich sind und weil sie immer mehr Unterhaltung und Konsum als Bildung wollen, und weil ihnen die Wissenschaft «noch» fehlt, nicht vermitteln können.

Gunter Schöbel
Pfahlbaumuseum Unteruhldingen
Strandpromenade 6
D – 88690 Uhldingen-Mühlhofen
schoebelg@pfahlbauten.de

Bibliographie

- Barth F. E., Cardarelli A., Lobisser W. & Schöbel G. (2003). *Il progetto archeolivo. Parchi archeologici della Protostoria europea*. In: Bellintani P. & Moser L. (eds) *Archeologie Sperimentali. Metodologie ed esperienze fra verifica, riproduzione, comunicazione e simulazione*. Atti del Convegno, Comano Terme – Fivà (Trento Italy), 13–15 settembre 2001, 129–144. (Trento).
- Baumunk B.-M. (2004). *Exponate – Repronate – Surrogate*. Museumsblatt – Mitteilungen aus dem Museumswesen Baden-Württembergs 36, 2–6.
- Bouresh B. (2004). «Amerikas Museen – Besucherorientiert!», *Fachtagung ICOM-Deutschland in Washington DC/USA, 12.–16. November 2003*. ICOM Deutschland, Mitteilungen 2004 (1), 14–28.
- Della Casa Ph., Bachmann A. & Hügi U. (eds) (2004). *Die Pfahlbauer. 150 Objekte erzählen 150 Geschichten*. Ausstellungskatalog Schweizerisches Landesmuseum. (Zürich).

- Fansa M. (2000). *Experimentelle Archäologie und Museumspädagogik*. In: Fansa M. (ed.) Experimentelle Archäologie und Museumspädagogik, 7–10. (Oldenburg).
- Flutsch L. (2003). *Le passé contre les passésistes*. AIN Tagung Zug 2003. Neue Konzepte archäologischer Museen. Manuskript.
- Forster K. W. (2003). *Museen im Zwiespalt zwischen Schatzhaus und Schauplatz*. *Museumskunde* 68 (2), 17–21.
- Hafner A. & Suter P. J. (2004). *5000 Jahre abgetaucht – Aufgetaucht 1984–2004*. (Bern).
- Jensen I. & Wiczorek A. (2002). *Dino, Zeus und Asterix. Zeitzeuge Archäologie in Werbung, Kunst und Alltag heute*. Publikation der Reiss-Engelhorn-Museen 4. Beiträge zur Ur- und Frühgeschichte Mitteleuropas 34. (Mannheim).
- Kauser M.-A. (2004). *Les Lacustres – Archéologie et mythe national*. (Lausanne).
- Kaindl M. (2003). *Effektive Werbung und Öffentlichkeitsarbeit im Kulturtourismus. Das Pfahlbaumuseum Unteruhldingen als Beispiel für eine gelungene Werbe- und PR-Strategie*. *Handbuch Kulturmanagement* 27. Nov. 2003, 2–25.
- Klein H. J. (2004). *Entsachlichung der Museen? Museumsblatt – Mitteilungen aus dem Museumswesen Baden-Württemberg* 36, 6–8.
- Kunstmuseum Wolfsburg (2003). *The Educational Complex. Vermittlungsstrategien von Gegenwartskunst*. (Wolfsburg).
- Langenstein J. (2004). *Qualitätsstandards und Qualitätssicherung in einer heterogenen Museumslandschaft*. *Museumskunde* 69 (2), 14–21.
- Museumskunde (2003). *Materialien aus dem Institut für Museumskunde Heft 53. Statistische Gesamterhebung an den Museen der Bundesrepublik Deutschland für das Jahr 2002*.
- Pfahlbauquartett (2004). *4 Museen präsentieren 150 Jahre Pfahlbauarchäologie*. Mit Beiträgen von Baumeister R., Heumüller H., Leuzinger U., Schlichtherle H. & Schöbel G. Ausstellungskatalog Konstanz, Frauenfeld, Unteruhldingen, Bad-Buchau. (Frauenfeld).
- Schärer M. R. (2003). *Die Ausstellung, Theorie und Exempel*. Reihe Wunderkammer 5. (München).
- Schmidt M. (2000). *Fake! Haus- und Umweltkonstruktionen in archäologischen Freilichtmuseen*. In: Kelm R. (ed.) Vom Pfofenloch zum Steinzeithaus. Archäologische Forschung und Rekonstruktion jungsteinzeitlicher Haus- und Siedlungsbefunde im nordwestlichen Mitteleuropa, 169–176. (Heide).
- Schmidt M. (2001). *Wissenschaft darf auch Spaß machen. Vermittlungskonzepte im AFM Oerlinghausen*. In: Noelle P. (ed.) Archäologische Museen und Stätten der römischen Antike – Auf dem Wege vom Schatzhaus zum Erlebnispark und virtuellen Informationszentrum? Referate des 2. Internat. Colloquiums zur Vermittlungsarbeit der Museen, Köln 3.–6. Mai 1999. Schriftenreihe des Museumsdienstes Köln 4, 151–154. (Bonn).
- Schöbel G. (1999). *Tourismus und Archäologie. Das Pfahlbaumuseum in Unteruhldingen*. *Museumsblatt Baden-Württemberg*, September 1999, 17–21.
- Schöbel G. (ed.) (2002a). *Archäologische Freilichtmuseen in Europa*. EXARC. (Unteruhldingen).
- Schöbel G. (2002b). *Pfahlbaumuseum Unteruhldingen. Führer durch das Museum*. (Unteruhldingen).
- Schöbel G. (2004). *Lake Dwelling museums: academic research and public information*. In: Menotti F. (ed.) Living on the lake in prehistoric Europe – 150 years of lake dwelling research. (London).
- Sommer U. (2002). *Deutscher Sonderweg oder gehemmte Entwicklung?* In: Biehl P.F., Gramsch A. & Marcinak A. (eds) Archäologien Europas, 149–183. (Münster, New York, München, Berlin).

- Steinecke A. (2000). *Erlebnis- und Konsumwelten*. (München, Wien, Oldenburg).
- Trachsel M. (2004). *«Ein neuer Kolumbus» – Ferdinand Kellers Entdeckung einer Welt jenseits der Geschichtsschreibung*. In: Flüeler-Grauwiler G. & Gisler J. (eds) Pfahlbaufieber – von Antiquaren, Pfahlbaufischern, Altertümerhändlern und Pfahlbaumythen. Beiträge zu «150 Jahre Pfahlbauforschung in der Schweiz». *Mitteilungen der Antiquarischen Gesellschaft in Zürich* 71, 9–68. (Zürich).
- Treml M. (2003). *«Ausgestellte Geschichte». Überlegungen zur Didaktik in kulturhistorischen Ausstellungen und Museen*. In: Neue Wege der Museumspädagogik. Fachtagung am 25./26. April 2002, im Auftrag des AsKI, 121–139. (Bonn).
- Vogt A. (2001). *Museen versus Tourismus. Perspektiven eines Dialogs*. In: Güntheroth N. & Vogt A. (eds) Reiseziel Museum. Freizeitqualität durch Zusammenarbeit von Museen und Touristik, 10–33. (München).
- Wefing H. (2003). *Kathedralen der Kulturgesellschaft*. *Museumskunde* 68,2, 39–43.
- Weiss C. (2003). *Das Gedächtnis der Zukunft – Museen in unserer Zeit*. *Museumskunde* 68 (2), 12–16.
- Weschenfelder K. & Zacharias W. (1992). *Handbuch Museumspädagogik*, 3. Auflage. (Düsseldorf).

Das Projekt «Pfahlbauten des Alpenraumes als UNESCO – Welterbe» Informationen zur Nominierung auf die «liste indicative» der schweizerischen Bundesregierung vom Dezember 2004

Cynthia Dunning & Albert Hafner

Keywords: prehistoric, settlements, wetland, Alpine region, UNESCO world heritage tentative list

Die neolithischen und bronzezeitlichen Ufersiedlungen in und an den Seen, Flüssen und Mooren rund um die Alpen zählen mit zu den bedeutendsten Quellen zur Erforschung der frühen Geschichte der Menschheit. Seit nunmehr 150 Jahren sind sie in weiten Kreisen der interessierten Bevölkerung als «die Pfahlbauten» bekannt. Aus Sicht der Wissenschaft besitzen die Erkenntnisse aus den Ufersiedlungen Modellcharakter, denn es gibt nur wenige archäologische Fundstellen, die in Bezug auf Datierungsgenauigkeit, Materialerhaltung oder naturwissenschaftliches Potential vergleichbare Erkenntnisse ermöglichen. Unsere Kenntnisse über die frühen Bauerngesellschaften in Mitteleuropa beruhen zu einem überwiegenden Teil auf der Archäologie der «Pfahlbauten». Die Ufersiedlungen sind deshalb von aussergewöhnlicher und universeller Bedeutung und erfüllen damit die Bedingung der UNESCO für eine Aufnahme in die Welterbeliste. Pünktlich zum Ende des Pfahlbaujubiläums ist nun eine wichtige politische Entscheidung gefallen. Der eidgenössische Bundesrat, die Regierung der Schweiz, hat am 10.12.2004 die von Experten zusammengestellte *liste indicative* für das UNESCO-Welterbe verabschiedet. Damit ist der Weg für eine zukünftige Bewerbung der «Pfahlbauten» um die Aufnahme in die world heritage list frei.

Die liste indicative

Alle Unterzeichnerstaaten des Übereinkommens zum Schutz des Kultur- und Naturgutes der Welt (UNESCO-Konvention 72; SR 0.451.41) haben in den Jahren 2004/2005 einen Bericht (*rapport périodique*) über die Umsetzung der Konvention zuhanden der UNESCO zu verfassen. Gleichzeitig soll in den einzelnen Staaten eine Vorschlagsliste, die sogenannte *liste indicative* allfälliger weiterer Objekte des Welterbes erstellt werden. In der Schweiz haben das Bundesamt für Kultur und das Bundesamt für Umwelt, Wald und Landschaft dazu eine Expertengruppe eingesetzt. Diese prüfte etwa 25 mögliche Natur- und Kulturgüter im Hinblick auf die von der UNESCO gestellten Anforderungen und auf eine ausgeglichene und glaubwürdige Welterbeliste. Die *liste indicative*

wird nun der UNESCO übermittelt und umfasst diejenigen Stätten der Schweiz, die in den nächsten Jahren für eine Aufnahme auf die Liste des Welterbes kandidieren können. Neben dem uns besonders interessierenden Objekt «Prähistorische Siedlungsreste in Seen und Mooren des Alpenraums: Pfahlbauten» sind dies die «Stadtlandschaft Uhrenindustrie La Chaux-de-Fonds/Le Locle», die «Kulturlandschaft Albula-Bernina-Bahn», das «Weinbaugebiet Lavaux» und das Werk des Architekten Le Corbusier. Ein Blick auf diese Aufzählung zeigt, dass die von der UNESCO kommunizierte neue Philosophie für den Bereich des Kulturerbes bereits umgesetzt wird. Es kommen nur noch Objekte in die engere Wahl, die zu den auf der Welterbeliste untervertretenen Kategorien gehören. Dazu zählen u.a. Kulturlandschaften, Zeugen der Moderne, aber eben auch prähistorische Fundstellen. Ein Eintrag als Welterbe soll heute weniger die touristische Vermarktung unterstützen, sondern vor allem zur nachhaltigen Entwicklung und zum Schutz eines Objektes beitragen.

Liste du patrimoine mondial

Gemäss dem Übereinkommen vom 16. November 1972 zum Schutz des Kultur- und Naturgutes der Welt figurieren auf der Liste des Welterbes Objekte von aussergewöhnlichem universellem Wert. Sie verlangt zum Schutz des Kultur- und Naturgutes ein System internationaler Zusammenarbeit, das die Vertragsstaaten in ihren Bestrebungen unterstützen soll. Die UNESCO-Konvention wurde von der Schweiz 1975 ratifiziert. Die gesetzlichen Bestimmungen des Natur- und Heimatschutzes in der Schweiz gelten natürlich auch für Welterbestätten. Ein Eintrag in das Verzeichnis der UNESCO zieht deshalb keine besonderen Schutzbestimmungen nach sich, verleiht dem Schutzgedanken durch die Sensibilisierung der Öffentlichkeit aber zusätzliches Gewicht. Zur Zeit befinden sich weltweit 788 Objekte aus 134 Vertragsstaaten auf der Welterbeliste. Davon sind 611 Objekte Kulturgüter, 154 Naturgüter und 23 *objets mixtes*, Stand Juli 2004).