



Kurt Luger
Welterbestätten als Ausgangspunkte
der Kultur- und Bildungsvermittlung



**UNIVERSITY
of SALZBURG**



Das Erbe der Menschheit bietet in seiner
Einzigartigkeit eine ideale Bühne für die
Vermittlung von Wissen, von Erfahrung,
von Praktiken und Errungenschaften, die
unsere Zivilisationsgeschichte
kennzeichnen.

Diese Vielfalt und diesen Reichtum zu kommunizieren, an die
Besucher und Einheimischen zu vermitteln, gehört zu den zentralen
Aufgaben der UNESCO und des jeweiligen Welterbe-Managements.

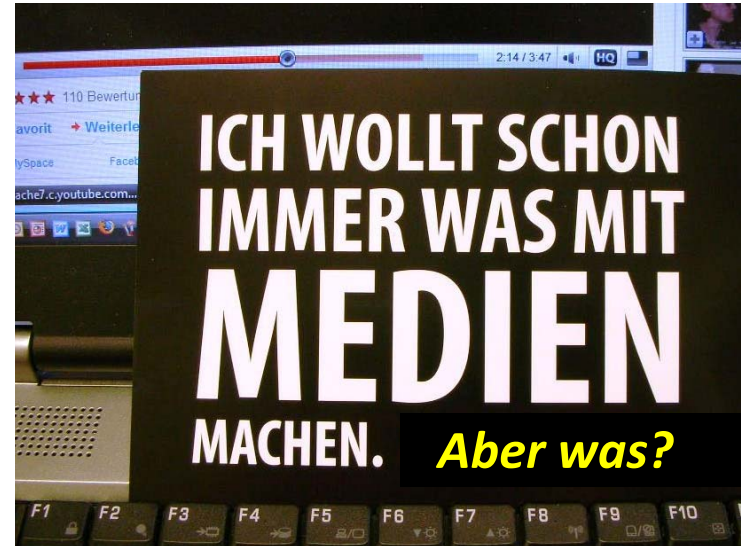


Aufgaben und Verpflichtungen, die mit der Auszeichnung Welterbe verbunden sind:

- Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit für das Thema erzeugen
- Zielgruppen definieren und angemessen ansprechen
- Botschaften formulieren und vermitteln

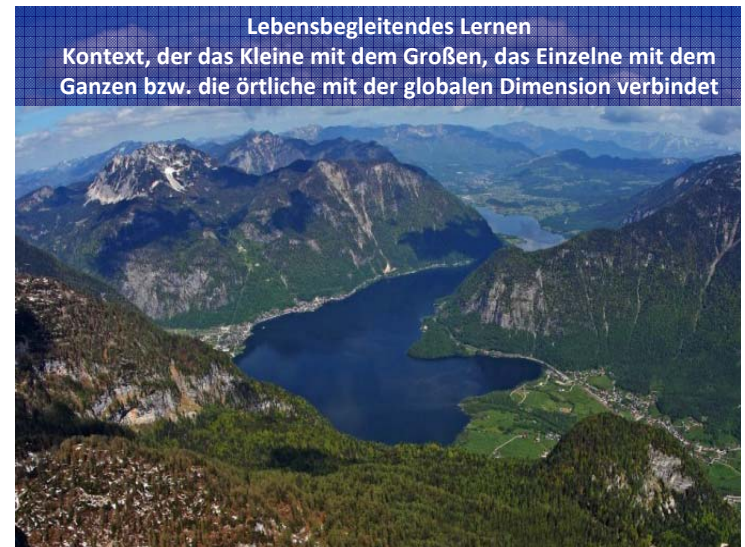
In Übereinstimmung mit dem Auftrag der UNESCO:

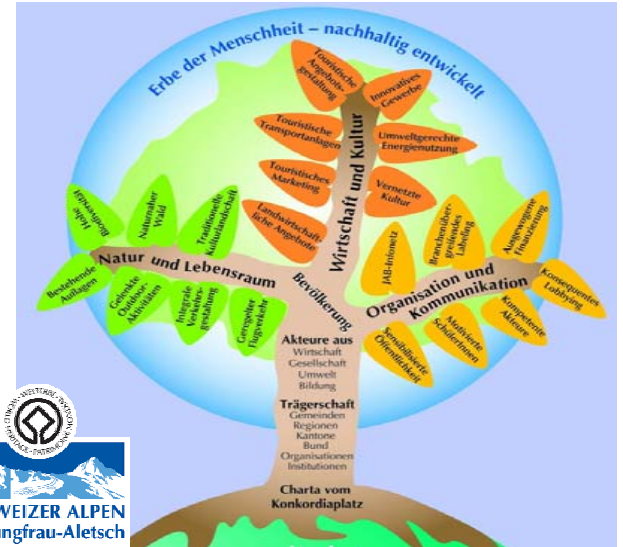
Bildung – Wissenschaft – Kultur – Kommunikation



Jede Welterbestätte ist ein bedeutungsvoller Ort. Diese Bedeutung zu vermitteln verlangt eine gründliche Auseinandersetzung und ist so wichtig wie die Pflege und Erhaltung. Erforschung und Vermittlung sind wichtige Erfordernisse für den Prozess der Aneignung, der Herstellung von Bezügen zu vergangener, gegenwärtiger und zukünftiger Lebenswirklichkeit. Das Spezifikum einer Welterbestätte ist Quelle und wichtigster Bezugspunkt für alles, was an diesem Ort geschieht und geschehen darf, der Maßstab für die Angemessenheit aller Aktivitäten.

(Hermann Schefers, Was es heißt, eine Welterbestätte zu sein, in: Welterbe-Manual, Hg. Deutsche UNESCO-Kommission, 2006)





Übergeordnetes Ziel:
Nachhaltige Entwicklung für das Erbe der Menschheit

I Natur und Lebensraum
 Schutz der Biodiversität
 Traditionelle Kulturlandschaft
 Bestehende Auflagen – Schutz und Pflege
 Gelenkte Outdoor-Aktivitäten
 Integrale Verkehrsgestaltung

II Wirtschaft und Kultur
 Vernetzte Kultur
 Umweltgerechte Energienutzung
 Innovatives Gewerbe
 Landwirtschaftliche Produkte
 Touristische Angebotsgestaltung

III Organisation und Kommunikation
 Netzwerke
 Ausreichende Finanzierung
 Kompetente Akteure
 Motivierte Bevölkerung
 Sensibilisierte Öffentlichkeit

Übergeordnetes Ziel: Nachhaltige Entwicklung für das Erbe der Menschheit

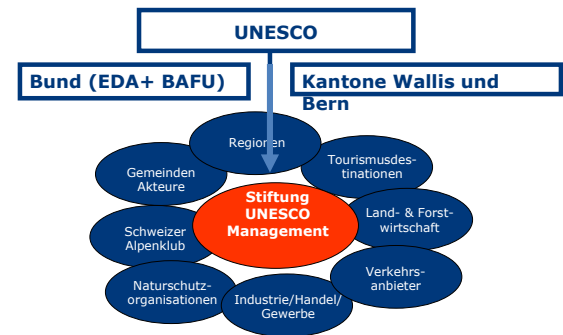
Natur und Lebensraum

Wirtschaft und Kultur

Organisation und Kommunikation

IV Akteure und Beteiligte
 aus der Wirtschaft, gesellschaftlichen Gruppierungen, Umwelt und Bildung
Stakeholder – alle, die ein Interesse vertreten möchten
 Partizipation als grundsätzliches Prinzip
Trägerschaft
 Gemeinden – Regionen – Staat und Land – Organisationen und Institutionen

Charta vom Konkordiaplatz





**Eintrittsschwelle
beim Aletschbord**

**Sichtbarmachung:
Wir betreten das
Welterbe!**

**Hier gelten
bestimmte Regeln**

**Bewusstsein für
eine
herausragende
Landschaft fördern**



**Sensibilisie-
rungsmaterial**

**Wie verhalte
ich mich
richtig?**



Haltik und Natur verfügen sich nicht! Verfall, Entzerrung und Schindler der Alpen lassen sich im Bienen in Roter sind mit der Natur sorgfältig erleben.

Haltik und Natur verfügen sich nicht! Verfall, Entzerrung und Schindler der Alpen lassen sich im Bienen in Roter sind mit der Natur sorgfältig erleben.

**Freiheit in Grenzen
Freedom within limits**

Leitfaden für naturbegeisterte / Guide for sports activities enthusiasts

**Zeit zum Staunen
Time to be astonished**

1

Nehmen Sie sich Zeit, halten Sie inne, genießen und erleben Sie!
Take your time, stop, enjoy and experience!



Die Gebergsmasse und -landschaft ist empfindlich. Schäden heilen nur langsam. Wir wollen die Welterbe für unsere Kinder erhalten.

Die Gebergsmasse und -landschaft ist empfindlich. Schäden heilen nur langsam. Wir wollen die Welterbe für unsere Kinder erhalten.

**Spuren in der Landschaft
Traces in the landscape**

3

Behandeln Sie unsere Natur und Landschaft, wie wenn Sie Ihnen gehören würde.
Be aware of our nature and landscape as if were yours.

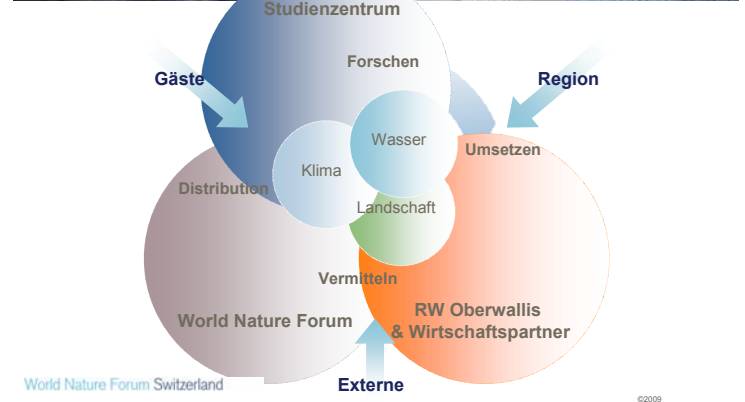
Schön Sie bei uns zu Gast zu haben! Als Gastgeber sind wir auf Ihre Interessen und die Verantwortlichkeiten gegenüber Gästen vor allem. Einmalige Rückmeldung bringt für alle Gewinn.

Schön Sie bei uns zu Gast zu haben! Als Gastgeber sind wir auf Ihre Interessen und die Verantwortlichkeiten gegenüber Gästen vor allem. Einmalige Rückmeldung bringt für alle Gewinn.

**Gast sein
To be a guest**

4

Mit Rücklicht kommen Sie weiter.





Integriertes Bildungs- und Kommunikationskonzept:

Benchmark für das Aletsch-Welterbemanagement

Zielsetzung eines Forschungsprojektes – **Benchlearning**

Von den herausragenden Beispielen lernen und sie für das eigene Projekt nutzbar machen



„Heimat, Deine Sterne“ – materielle und immaterielle Wertschöpfung
Kulturelles Erbe als Element lokaler Identität und als
Tourismusmagnet



Kulturelles Erbe: Das Volkskulturelle als Populärkultur

Stilisierung von Trachten als Abzeichen heimatlicher Volksverbundenheit, Bauformen als Erkennungszeichen bodenständigen Bauens, verbunden mit Brauchtum und volkstümlicher Musik, Briefmarken, Postkarten, Heimatfilmen, Fernsehserien, Stadel- und Zeltfesten, Bauernherbst usw.



Im Tourismus werden Geschichten erzählt. Anstelle von „Echtheit“ zu sprechen, sollte man diese Inszenierung für Touristen als **„aufgeführte Authentizität“**, bezeichnen, als ein Schauspiel mit mehr oder weniger starkem Lokalbezug.



Storytelling – es muss nicht alles so ernst genommen werden und die Touristen sind auch zufrieden, wenn sie einfach einer schönen Geschichte bewohnen können. Den Einheimischen ist klar, dass sie auf einer Bühne agieren. **Was für ein Spiel spielen sie mit, wer führt Regie?**



Storytelling gehört zum Geschäft, aber eine seriöse Vermittlung des kulturellen Erbes erzeugt einen Mehrwert, weil jede Region ihre historische Eigenheit hat, die für die lokale Identität von Bedeutung ist. Sie verbindet die Einwohner mit ihrer Geschichte und mit der Würde der Landschaft, die durch sie geprägt wurde. **Es geht nicht nur um monetäre Wertschöpfung, sondern um die Vision für einen Lebensraum.**



Die Inwertsetzung einer Landschaft, einer Region

Immaterielles Kulturerbe lt. UNESCO Konvention

- **mündlich überlieferte Traditionen** und Ausdrucksformen, **Sprache** als Trägerin kulturellen Erbes in Form von Erzählungen, Epen, Sagen oder Dialekten
- **darstellende Künste wie Musik und Gesang**, typische **Tanzformen**, Maskentänze, Volkstheater, Marionetten-, Puppenspiel, Mimenspiele
- **Bräuche, Rituale und Feste**
- **Das Wissen und Praktiken** im Umgang mit der Natur und dem Universum, Wissen um die Nutzung und Erhaltung lokaler Ressourcen, **traditionelle Heilmethoden**, Ackerbau, Viehwirtschaft, **Weinbau und Hortikultur**
- **traditionelle Handwerkstechniken** wie etwa die Herstellung von Kleidung und Werkzeug, **Bautechniken**, Materialkenntnis, spezifisches Anwendungs- und Verarbeitungswissen.



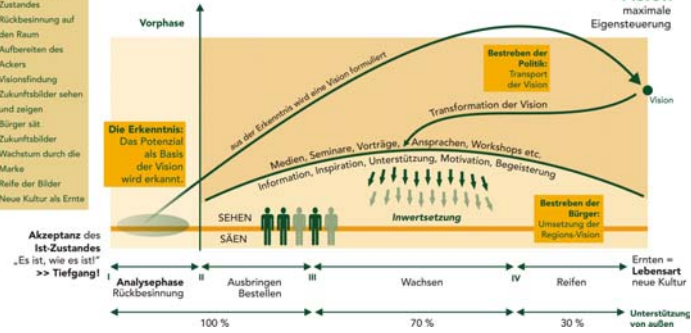
Visions-Transformations-Prozess

Entwicklung aus der Vision heraus mit dem Instrument der Inwertsetzung

Bild von der Zukunft

Vision maximale Eigensteuerung

- Akzeptanz des Zustandes
- Rückbesinnung auf den Raum
- Aufbereiten des Ackers
- Visionfindung
- Zukunftsbilder sehen und zeigen
- Bürger sät
- Zukunftsbilder
- Wachstum durch die Marke
- Reife der Bilder
- Neue Kultur als Ernte



Josef Ober, Die Inwertsetzung einer Region, in: Luger/Wöhler, Kulturelles Erbe und Tourismus, Innsbruck 2010

