Schleswig-Holstein
Der echte Norden

Schleswig-Holstein
Ministerium für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur

**Ministerin**

Vorsitzenden des Bildungsausschusses
des Schleswig-Holsteinischen Landtages
Herr Martin Habersaat, MdL
Landeshaus
24105 Kiel

Schleswig-Holsteinischer Landtag
Umdruck 20/1031

27.02.2023

**Entwicklung einer Netzwerkstrategie Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holstein (Drs. 19/1103)**

Sehr geehrter Herr Vorsitzender,

der Schleswig-Holsteinische Landtag hat mit Beschluss vom 15. Februar 2019 (Drs. 19/1103) die Landesregierung aufgefordert, eine Strategie und ein Umsetzungskonzept zur Vernetzung und weiteren Förderung von kulturellem Erbe insbesondere mit Blick auf die drei Welterbestätten Altstadt der Hansestadt Lübeck (UNESCO-Welterbe seit 1987), Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer (Naturerbe seit 2009) und Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk (UNESCO-Welterbe seit 2018) vorzulegen und die Entwicklung von Welterberouten zu prüfen. Der Bildungsausschuss nahm die Prüfergebnisse am 25. August 2021 zur Kenntnis und ermächtigte das MBWFK, für weitere Prüfmaßnahmen eine Ausschreibung an eine externe Dienstleistungsagentur zu veranlassen (Umdruck 19/5859).

Die Agentur Panatom erhielt im Dezember 2021 den Zuschlag für den Prüfauftrag. Der daraus resultierende Prüfbericht und eine Zusammenfassung mit den wesentlichen Ergebnissen wurden dem federführenden MBWFK im Januar 2023 vorgelegt. Beide Dokumente sowie einen Finanzierungsplan sende ich als Anlage zu diesem Schreiben.

**A. Bericht: „Prüfung einer Vernetzung der drei Welterbestätten in Schleswig-Holstein“**

Zur Umsetzung des Prüfauftrages hat das MBWFK im Jahr 2020 einen Arbeitskreis mit Vertreterinnen und Vertretern aus den drei Welterbestätten, dem MEKUN, der Nationalparkverwaltung Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer, der Hansestadt Lübeck, dem Archäologischen Landesamt (ALSH) und der Geschäftsführerin des Vereins „Haithabu und Danewerk e.V.“ eingerichtet. Das MWVATT wurde punktuell einbezogen.

Darauf aufbauend hat die Agentur Panatom im Jahr 2022 über die drei Welterbestätten weitere Vertreterinnen und Vertreter insbesondere aus der Bildungs-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie der Tourismusbranche in den Prozess eingebunden.

Mit Blick auf die ausgeprägte fachliche Diversität, die heterogenen Rahmenbedingungen und unterschiedlichen inhaltlichen Zielsetzungen der drei schleswig-holsteinischen UNESCO-Welterbestätten und den dazugehörigen Einrichtungen wurden zunächst bestehende inhaltliche Schnittmengen ermittelt, die vor allem in der Auszeichnung als UNESCO-Welterbestätte und den damit zusammenhängenden jeweiligen Managementplänen begründet sind. Die praktische Umsetzung der Managementpläne wurde anhand von Veröffentlichungen, einer Umfrage, bilateralen Gesprächen und in drei Workshops mit den Vertreterinnen und Vertretern des Welterbes im Jahr 2022 evaluiert und gemeinsam bewertet. Außerdem wurden die bestehenden Netzwerkstrukturen innerhalb der Welterbestätten zusammengetragen und evaluiert. Aktuelle Diskurse und Tendenzen der UNESCO und der Deutschen UNESCO-Kommission e.V. dienten als weitere Impulse.

Übereinstimmend haben die Verantwortlichen der Welterbestätten konstatiert, dass insbesondere die enorme touristische Nutzung vor Ort zu gravierenden Problemen führt. Die Vernetzung untereinander sollte deshalb genutzt werden, vor allem qualitative sowie nachhaltige Aspekte (Sustainability Development Goals und Welterbe im Klimawandel) in den Vordergrund zu stellen.

Übergreifend zeichnete sich dabei tendenziell ein höherer Bedarf an qualitativem Wissenstransfer und an einer stärkeren Sichtbarkeit ab. Gemeinsam mit den Welterbestätten wurden folgende Netzwerkziele und -potenziale und mögliche Formate diskutiert und formuliert.

- Qualitative Aufarbeitung von Welterbewissen

- Einbindung des Wissens zum Immateriellen Kulturerbe und Weltdokumentenerbe
- Entwicklung gemeinsamer Öffentlichkeitsformate und Auftritte zur Schaffung neuer Reichweite und Sichtbarkeit (Kampagnen, Messestände, interaktive Kommunikationsformate)
- gemeinsame Erarbeitung eines neuen Themengebiets mit dem Ziel, Aufmerksamkeit für die Umsetzungsmaßnahmen (Managementplan) zu generieren
- Stärkung der Zusammenarbeit mit lokalen Partnerinnen und Partnern
- Stärkere Gewichtung von Wissenschaft und Forschung
- Sichtbarkeit in politischen Gremien
- Förderung und Finanzierung auf Landesebene

Die Vernetzung der Welterbestätten in Schleswig-Holstein birgt zudem u.a. folgendes Potenzial für eine gemeinsame Außenkommunikation, Bildungs- und Vermittlungsarbeit:

- Stärkung der Identität der Einrichtungen als UNESCO-Erbe
- Ausbau und Nutzung der Potenziale des UNESCO-Welterbe-Status: internationales breites Netzwerk von Welterbestätten und UNESCO-Einrichtungen, hohe Anerkennung, hohe Auflagen, starker „Vorbildcharakter“
- Stärkung des Verständnisses für die Vielseitigkeit und Zusammenhänge von UNESCO- und kulturellem Erbe (Weltnaturerbe, Weltkulturerbe, Immaterielles Kulturerbe, Weltdokumentenerbe)
- Vermittlung des Welterbe Wertekanons (mehr als ein Tourismuslabel)
- Erstellung konkreter pädagogischer Formate für Schulen
- Zusammenführung von Kultur- und Naturerbe in Schnittmengenthemen
- Erhöhung der Reichweite außerhalb der eigenen Region

**B. Umsetzungsvoraussetzungen**

Die drei Welterbestätten konstatieren, dass - trotz der ausgeprägten Diversität, der heterogenen Rahmenbedingungen und unterschiedlichen fachlichen Zielsetzungen - die Möglichkeiten, die in der gemeinsamen bisherigen Arbeit aufgezeigt wurden, Potenzial haben.

Sie sehen sich aber aufgrund der fehlenden personellen Ressourcen außerstande, zusätzliche Aufgaben für weitere gemeinsame spezifische Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeits-, Bildungs- und Vermittlungsarbeit für das Netzwerk zu übernehmen;

neue Herausforderungen oder zusätzliche Aufgaben für das Netzwerkmanagement können aktuell von keiner der drei Stätten geleistet werden. Aufgrund dieser fehlenden Personalressourcen konnten im Jahr 2022 keine Maßnahmen initiiert und umgesetzt werden.

Um erforderliche Ressourcen für die welterbespezifische Netzwerkbildung sicherzustellen, empfiehlt die Agentur eine Personalaufstockung (3 x 8 Stunden/Wochen) innerhalb der Welterbestätten. Um das Selbstbewusstsein für das UNESCO-Welterbe aus den Einrichtungen heraus zu befördern und auch das Immaterielle Kulturerbe und das Weltdokumentenerbe insgesamt in Schleswig-Holstein stärker ins Bewusstsein zu rücken und sichtbar werden zu lassen, schlägt sie regelmäßige Treffen und gemeinsame Kampagnen vor. Zur Unterstützung dafür und bei der Realisierung von gemeinsamen Aktivitäten sollten die Einrichtungen zusätzlich mit einer zentralen projektleitenden Schnittstelle (16 Stunden/Woche) und budgetär substanziell über einen längeren Zeitraum von mindestens drei Jahren unterstützt werden. Hat sich diese Form der Netzwerkarbeit nach drei Jahren Pilotphase etabliert und das Netzwerk gemeinsame Formate erfolgreich realisiert, sollte die Arbeit mindestens zwei weitere Jahre gefördert werden (vgl. Anlage Finanzierungsplan).

Unter dieser Voraussetzung wären die Welterbestätten in der Lage, ihre Zusammenarbeit auf der Grundlage gemeinsamer Ziele inhaltlich auszugestalten und Formate zur gemeinsamen Sichtbarkeit und Vermittlungsarbeit zu entwickeln. Dazu zählen könnte ein Erklärfilm zu Welterbestätten speziell für die Zielgruppe Schulen, digitale Plattformen, gemeinsame Podcasts, ein digitales Welterbe-Quiz und interaktive digitale Formate. Darüber hinaus sind ein bis zwei jährliche Treffen, Erfahrungsaustausche und Ressourcen-Sharing, gemeinsame Fortbildungen und Aktionen, Vor-Ort-Auftritte auf Veranstaltungen zum Welterbetag, zum Tag der Deutschen Einheit und weiteren bedeutenden Veranstaltungen in und außerhalb von Schleswig-Holstein denkbar. Die bereits vom Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH) angebotene Fortbildung für Lehrerinnen und Lehrer haben die Welterbestätten positiv und erfolgreich bewertet und für eine Fortführung plädiert.

Auf dem Landesportal können sich Interessierte über die drei Welterbestätten und das Immaterielle Kulturerbe informieren.

**C. Prüfung Welterberoute**

Eine Welterbe-Route wurde vonseiten der Vertreterinnen und Vertretern der Welterbestätten mit Blick auf zusätzlichen Tourismus einheitlich kritisch bewertet. Eine touristische Überlast wird auch durch die UNESCO bzw. die Deutsche UNESCO-Kommission kritisch bewertet. Nach umfassenden Recherchen zeigte sich außerdem, dass bereits ein überaus vielseitiges Angebot von Routen für unterschiedlichste Zielgruppen (kulturell Interessierte, Rad- und Wanderrouten, nationalen Welterberouten usw.) existiert, die auch und explizit die Welterbestätten in Schleswig-Holstein bewerben, sodass davon abgeraten wird, eine Vernetzung des Natur- und Kulturerbes Schleswig-Holstein über eine weitere Welterberoute weiterzuentwickeln.

**D. Fazit**

Im Ergebnis ist es mit dem Prüfauftrag vor allem gelungen, einen Prozess zu starten, in dem die drei Welterbestätten gemeinsame Potenziale und Synergien ermitteln und miteinander in einen Diskurs treten konnten.
Darauf aufbauend und für eine substanzielle Weiterentwicklung der Vernetzung im Sinne des Landtagsauftrages wäre zunächst die Bereitstellung weiterer Personal- und Sachmittel für die drei Welterbestätten für einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren notwendig.

Mit freundlichem Gruß
gez.
Karin Prien

Anlagen

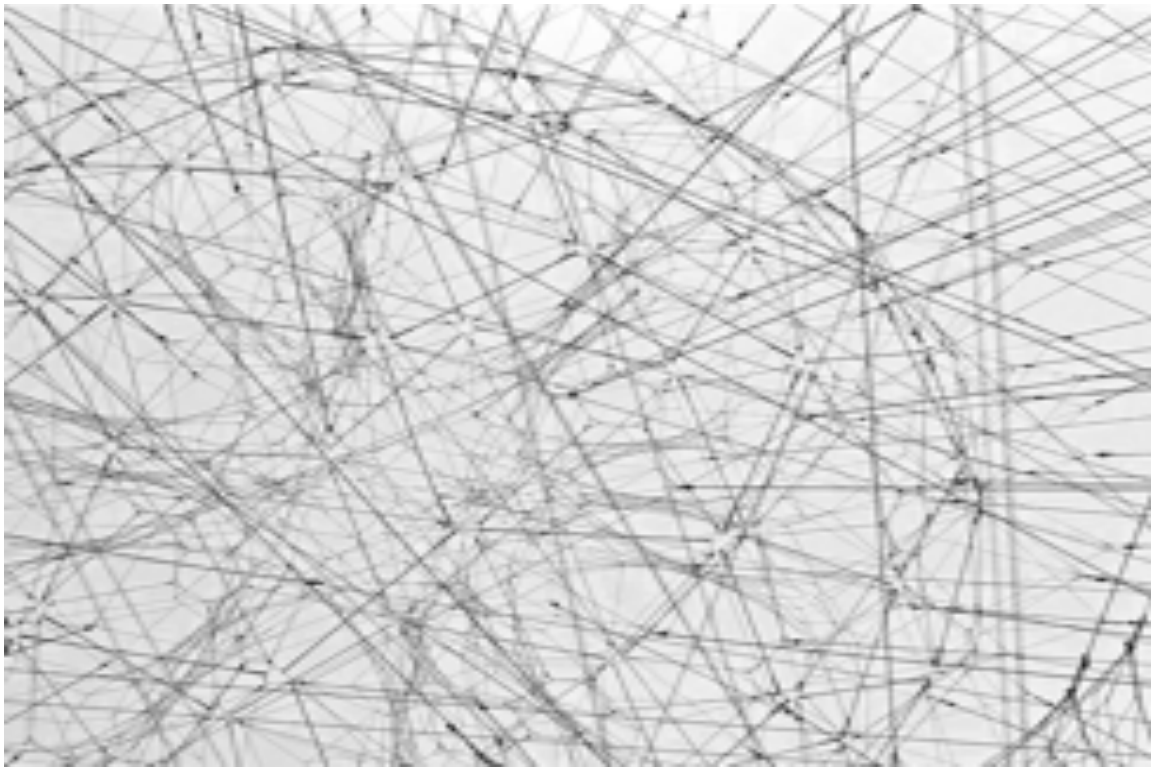
Agentur-Prüfbericht - Langfassung vom 24.01.2023
Agentur-Prüfbericht - Kurzfassung vom 24.01.2023
Finanzierungsplan

Panatom

# Prüfung der Vernetzungspotenziale Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holstein

für das Ministerium für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein

Datum: 09.08.2022
Überarbeitung: 03.03.2023



# INHALT

**1. EINFÜHRUNG 4**

1.1. Darstellung der Herangehensweise/Methode 4

1.2. Vorstellung der UNESCO-Welterbestätten in Schleswig-Holstein, ihrer Auszeichnungen und Akteur*innen 8

1.2.1. UNESCO-Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk 8

1.2.2. UNESCO-Weltkulturerbe Altstadt Lübeck 10

1.2.3. UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer 12

1.3. Immaterielles Kulturerbe mit Schleswig-Holstein-Bezug 17

1.3.1. Reetdachdecker-Handwerk, Bundesverzeichnis, 2014 17

1.3.2. Niederdeutsches Theater, Bundesverzeichnis, 2014 18

1.3.3. Bikebrennen, Bundesverzeichnis, 2014 18

1.3.4. Genossenschaftsidee, UNESCO-Listung, 2016 18

1.3.5. Orgelbau und Musik, UNESCO-Listung, 2017 19

1.3.6. Helgoländer Börteboote, Bundesverzeichnis, 2018 20

1.3.7. Zusammenleben von Minderheiten und Mehrheiten im deutsch-dänischen Grenzgebiet, Bundesverzeichnis, 2018 20

1.3.8. Bauhüttenwesen in Europa / Lübecker Kirchenbauhütte, UNESCO-Listung, 2020 21

1.3.9. Ringreiten, Bundesverzeichnis, 2021 22

1.4. UNESCO-Weltdokumentenerbe mit Schleswig-Holstein-Bezug 22

1.4.1. Lübecker Sammlung Hanse-Dokumente 22

1.5. UNESCO-Welterbe 23

1.5.1. Welterbe im Namen der UNESCO 23

1.5.2. Wertekanon UNESCO-Welterbe 23

1.5.2.1. Global Strategy 24

1.5.2.2. Resolution der Deutschen UNESCO-Kommission zum UNESCO-Welterbe von 2006 26

1.5.2.3. Bekennung der Deutschen UNESCO-Kommission zur Agenda 2030 27

**2. WELTERBEROUTEN 28**

2.1. Rechtliche Einordnung der Verwendung des Labels „Welterberoute“ 28

2.2. Interessen und spezifische Bedarfe 29


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

2.3. Identifizierung möglicher Zielgruppen und ihrer Bedarfe 30
2.4. Ermittlung möglicher Partner beziehungsweise Träger und Darstellung von möglichen Routen unter Berücksichtigung bereits vorhandener 30
2.5. Markt- und Risikobetrachtung einschließlich der Wettbewerbssituation in Bezug auf touristische Belange 36
**3. VERNETZUNG 38**
3.1. Darstellung der spezifischen Ziele der Stätten 38
Umfrage- und Workshopauswertungen 38
3.2. Vernetzungspotenziale und potenzielle Zielstellungen im Netzwerkverbund Welterbe Schleswig-Holstein im Rahmen des UNESCO-Wertekanon 42
3.3. Mehrwerte der Vernetzung 44
3.4. Umsetzungsmöglichkeiten des Bildungs- und Vermittlungsauftrages im Sinne des Landtagsbeschlusses 45
3.5. Entwicklung des Netzwerkes 46
3.6. Rollen und Aufbau des Netzwerkes 47
3.7. Aufgaben der Koordinationsstelle für das Schnittstellen-, Entwicklungsmanagement und für Beratung 49
3.8. Fachliche Unterstützungsbedarfe für den Aufbau des Netzwerks 50
3.9. Grundzüge der Kommunikation 50
3.10. Ansätze für die Vernetzung mit Schulen und anderen Bildungseinrichtungen Struktur 52
3.11. Arbeits- und Ablaufplan 2022 bis 2. Jahreshälfte 2027 53
3.12. Strukturelle Anforderungen und Steuerungsbedarfe 55
3.13. Controlling. Maßnahmen zur Ergebniskontrolle 55
**4. KOSTEN 56**
4.1. Finanzplan 56


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

# 1. EINFÜHRUNG

*„Jede Welterbestätte ist oder kann ein Ort der Begegnung mit der Welt sein. Der Welterbebegriff definiert zunächst einen sehr abstrakt erscheinenden Anspruch der Weltgemeinschaft auf jede einzelne Welterbestätte. In der konkreten Praxis bedeutet das eine besondere Herausforderung an Vermittlung und Kommunikation. Sind denn nicht alle Welterbestätten zusammen eigentlich nichts anderes als ein globales und von Jahr zu Jahr immer engmaschiger werdendes Netzwerk? Darin steckt bereits ein gewaltiges Potenzial an Möglichkeiten – Welterbestätten hängen ja nicht nur über ihre institutionelle Zentrale in Paris zusammen, sondern auch über ihre inhaltlichen Gemeinsamkeiten. Wenn Welterbestätten über diese Gemeinsamkeiten in Verbindung zueinander kommen, dann erst findet eine wirkliche Aneignung statt: der Schritt von der Theorie zur Praxis, von der Idee in die Wirklichkeit.* [1]

*„Die Vermittlung ist ein zentraler Gedanke der Welterbekonvention von 1972, welche die Vermittlungsarbeit auf eine Bedeutungsstufe mit Identifikation, Schutz und Erhalt der Stätten als Verantwortlichkeiten der Vertragsstaaten stellt (Art. 4). Vermittlung bezeichnet in diesem Zusammenhang sowohl eine Bildungsaufgabe als auch die Information und Sensibilisierung von Akteuren hinsichtlich der Bedeutung des Erhalts des außergewöhnlichen universellen Wertes (OUV) einer spezifischen Welterbestätte und des Welterbes in seiner Gesamtheit.“*[2]

## 1.1. Darstellung der Herangehensweise/Methode

Der Auftrag des Ministeriums für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein aus dem Jahr 2021 formuliert das Ziel eines identitätsstiftenden Netzwerkes des Kultur- und Naturerbes in Schleswig-Holstein insbesondere zum Zweck der Bildung und Vermittlung zu prüfen und erste Ansätze zu entwickeln.[3] Die Motivation und Intension für das Netzwerk vonseiten der Welterbestätten, die sich in einem ersten Arbeitstreffen zusammengefunden hatten und die die Impulse für die Leistungsbeschreibung gaben, wurde unterstrichen. Die Richtung, ein Format oder konkrete Zielstellungen für das Netzwerk waren mit Ausnahme der Prüfung einer Welterberoute offen. Es war explizit der Wunsch vonseiten des Ministeriums auch das Immaterielle Kulturerbe und das Weltdokumentenerbe miteinzubeziehen. Darüber hinaus war die Reichweite des Netzwerkes über kulturelles Erbe und Naturerbe ebenfalls offen formuliert.

So wurden zunächst mit Blick auf die Bedarfe die schleswig-holsteinischen UNESCO-Welterbestätten beziehungsweise die dazugehörigen Einrichtungen betrachtet. Grundlegend für die Arbeit der UNESCO-Welterbestätten sind ihre Managementpläne beziehungsweise für die transnationale Stätte Weltnaturerbe Wattenmeer der gemeinsame Wattenmeerplan (Wadden Sea Plan) und die Joint Declaration von 2010. In den Managementplänen manifestieren die Stätten, wie sie das Welterbe pflegen, schützen und ihren Verpflichtungen gegenüber der ICOMOS (International Council on Monument and Sites) beziehungsweise der IUCN (International Union for Conservation of Nature) als Aufsichten der UNESCO (United Nations Educational Scientific and Cultural Organisation) nachkommen.

[1] In: Deutsche UNECO-Kommission e.V. (Hrsg.), Hermann Schefers: Welterbe-Manual. Was es heißt, eine Welterbestätte zu sein. Sieben Thesen zu einer viel diskutierten Frage. Bonn 2006, S. 119–120
[2] Siehe: Deutsche UNESCO-Kommission: Welterbe vermitteln. Handreichung zu Informationszentren im Welterbe. Nov. 2018, S. 12
[3] Siehe: Anlage 01 Leistungsverzeichnis


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Die jeweiligen Auslegungen der Managementpläne in der Praxis wurden anhand von Literatur, der Webpräsentationen und dann in Gesprächen und in den Workshops mit den Vertreter*innen des Welterbes vertieft.
Um den Aufbau, die Organisation und die Aktivitäten um die jeweilige Welterbestätte in einen größeren Kontext einzuordnen und aktuelle Tendenzen in der Welterbepolitik und Perspektiven für eine übergreifende Bildungs- und Vermittlungsarbeit des Schleswig-Holsteiner Welterbes zu eruieren, wurden die UNESCO-Welterbekonvention, die Richtlinien der UNESCO zur Durchführung des Übereinkommens zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt und außerdem richtungsweisend Tendenzen der „Welterbepolitik" betrachtet. Schließlich liegen in den gemeinsamen Grundlagen als UNESCO-Welterbestätte, Möglichkeiten gemeinsam an Zielstellungen zu arbeiten und oder zu wirken.

Ferner wurden Recherchen zu dem UNESCO-Weltdokumentenerbe und dem Immateriellen Kulturerbe durchgeführt, die zu den jüngeren Programmen der UNESCO gehören.

Zusammenarbeit mit dem Ministerium für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein und dem Akteurskreis um die Welterbestätten in Schleswig-Holstein[4]
Die Zusammenarbeit mit den Vertreter*innen der Welterbestätten wurde schrittweise aufgebaut. Pandemiebedingt war die Kommunikation mit allen Akteur*innen auf Telefonate und Videokonferenzen verlegt worden. Als Hauptansprechpartner*innen aus den Einrichtungen der Welterbestätten waren identifiziert und vermittelt worden:
Aus dem Weltnaturerbe Wattenmeer:

- einzelne Vertreter*innen aus der Nationalparkverwaltung Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer im Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz des Landes Schleswig-Holstein
- sowie aus dem Ministerium für Energiewende, Klimaschutz, Umwelt und Natur des Landes Schleswig-Holstein / Referat Meeresschutz, Nationalpark[5]

Aus dem Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk:

- Vertreter*innen aus dem Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein
- sowie aus dem Kreis Schleswig-Flensburg e.V.
- und dem Haithabu und Danewerk e.V.

Aus dem Weltkulturerbe Lübeck:

- aus der Hansestadt Lübeck Vertreter*innen aus den Fachbereichen Stadtplanung und Bauordnung
- sowie der Archäologie und Denkmalpflege aus der Hansestadt Lübeck
- die Lübeck Travemünde Marketing GmbH (auf Wunsch der Welterbekoordinatorin)

Phase 1: Da die Vertreter*innen der UNESCO-Welterbestätten in unterschiedlichen Fachbereichen und zum Teil sogar in unterschiedlichen Institutionen angesiedelt sind, wurden zunächst Einzelgespräche geführt.
Phase 2: Im Weiteren wurden Umfragen in dem großen Akteursgefüge zu der jeweiligen UNESCO-Welterbestätte durchgeführt. In den Umfragen wurde nach dem Selbstverständnis als

[4] Derzeit noch die Kulturabteilung des Ministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein
[5] Derzeit noch Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Welterbestätte, nach der Bildungs- und Vermittlungsarbeit, Öffentlichkeitsarbeit und den Wünschen für die Gestaltung des Netzwerkes und der Welterberoute gefragt. Die Umfragen wurden pro Stätte ausgewertet und die Ergebnisse an alle Befragten pro Stätte zurückgeschickt. Da die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der Welterbestätten in Schleswig-Holstein zum Teil über implizit und explizit angegliederte Einrichtungen laufen und mit Blick auf die Verstetigung des Netzwerkes, wurden einzelne Akteure in die Umfragen und ersten Workshops einbezogen. Wobei die direkten Ansprechpartner*innen dazu aufgefordert waren, die Umfrage selbst in ihr ausgewähltes Netzwerk zu verteilen.

Phase 3: Der Auftrag sah zunächst zwei Workshops mit den Vertreter*innen des Welterbestätten vor. Der erste Workshop wurde pro Welterbestätte durchgeführt:
am 27.01.2022 Weltkulturerbe Altstadt Lübeck,
am 31.01.2022 Weltnaturerbe Wattenmeers,
am 03.02.2022 Archäologische Grenzkomplex Haithabu und Danewerk.
Zu den Teilnehmer*innen gehörte der breite Akteurskreis der Bildungs-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit inklusive Vertreter*innen der Tourismusbranche sowie eine Vertretung für die Kulturabteilung des Ministeriums für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein aus dem Referat Kulturelles. Es wurden einzelne Aspekte der Umfragen thematisiert und mit den Teilnehmenden diskutiert, um intern zwischen den einzelnen aus den verschiedenen Fachbereichen eine Konsensfindung einzuleiten. Impulsgebend für die übergeordnete Netzwerkbildung wurden aktuelle Diskurse und Tendenzen der UNESCO und der Deutschen UNSECO-Kommission hervorgehoben. Ferner wurden die bestehenden Netzwerkstrukturen innerhalb der Welterbestätten zusammengetragen und evaluiert. Im letzten Teil des Workshops wurden erste grobe Netzwerkziele und mögliche Formate formuliert und diskutiert. Mit den Rechercheergebnissen anhand der Erfahrungen mit den Vertreter*innen, der zusammengetragenen Bedarfe und Wünsche wurden erste Möglichkeiten für ein Netzwerkformat[6] skizziert und dem Ministerium für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein des Landes Schleswig-Holstein vorgestellt. Im Zentrum all der Netzwerkformate standen verschiedene Ansätze und Strukturen als Basis für eine qualifizierte Zusammenarbeit wie zum Beispiel über den Co-Working Space der Deutschen UNESCO-Kommission.

> Skizze Netzwerkformat 1.1: Projekt „Das Welterbe der Schleswig-Holsteiner*innen“: Dialog zwischen dem Welterbe und der Bevölkerung entwickeln: „Und was hat das mit mir zu tun?“ Narrative und aktuelle Bezüge zum Welterbe Schleswig-Holstein über Personen um das Welterbe und Menschen aus Schleswig-Holstein aufzeigen und in einer Publikation (analog oder digital) aufbereiten.
>
> Skizze Netzwerkformat 1.2: Übergreifendes digitales Informationszentrum UNESCO-Welterbe in Schleswig-Holstein als Anlaufstelle für Besucher*innen (Was ist das Welterbe, wo erfahre ich was über das Welterbe? Was macht die UNESCO, Zusammenhänge zwischen Einrichtungen aufzeigen usw.)

[6] Siehe Anlage 02–04: 02 Lösungsansätze Skizzen Netzwerkformat, 03 Grobkonzept zu Welterbe im Klimawandel, 04 Nachreichung Konzeptpräsentation Welterbe im Klimawandel


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

> Skizze Netzwerkformat 1.3: UNESCO-Welterbe in Schleswig-Holstein im Umgang mit dem Klimawandel als Modellprojekt für ein aktuelles UNESCO-Welterbe-Schwerpunktthema:
> (a) projektbasierte Zusammenarbeit der Welterbestätten z.B. über das Welterbeportal der Deutschen UNESCO-Kommission: sammeln von Belangen und Forschungsergebnissen zum Beispiel über gemeinsame Veranstaltungen, Diskussionen, Einladen von Expert*innen usw.
> (b) Sammeln der Inhalte auf einer digitalen Plattform mit niedrigschwellig aufgearbeiteten Informationen
> (c) aus relevanten Ergebnissen stättenübergreifende Bildungsformate zum Welterbe im Klimawandel entwickeln;

Zur Skizze des Netzwerkformats 1.3 wurde dann eine erste Grobkonzeption erstellt. Nach einer Vorstellung und Besprechung mit dem Ministerium wurde sich aufgrund der einseitigen thematischen Ausrichtung wieder davon verabschiedet.
Mit der Anregung vonseiten des Ministeriums für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein das Netzwerk andere Bildungsakteur*innen noch stärker zu berücksichtigen, wurde noch einmal ein ganz neuer Lösungsvorschlag ausgearbeitet, der einen größeren Spielraum bei der Einbeziehung verschiedener Bildungsakteurinnen vorsah, auf den sich dann geeinigt wurde:

> Skizze Netzwerkformat 2.1: Digitales Bildungsportal als interaktives Vernetzungstool, in dem über welterbespezifische Themen die heterogenen Einrichtungen mit diversen Bildungsakteurinnen und -akteuren (Natur- und Kultureinrichtungen, Museen, Schulen, Universitäten, Fachhochschulen und jungen Menschen) rund um die UNESCO-Welterbestätten in Schleswig-Holstein zusammenfinden.

Phase 4: Der letzte Lösungsvorschlag wurde zu einem Grobkonzept[7] ausgearbeitet und visualisiert. In einem gemeinsamen digitalen Meeting am 29.03.2022 wurde das Konzept den Vertreter*innen des Welterbes vorgestellt und diskutiert. Während des Workshops gab es vonseiten der Mehrheit der Welterbe-Vertreter*innen verschiedene Anregungen für die weitere Ausarbeitung. Nach ein paar Tagen stellte sich heraus, dass viele den Arbeitsaufwand für die eigene Einrichtung für das Projekt als zu hoch bewerten. Es wurde dem mit einer Justierung des Konzeptes begegnet. Insgesamt sahen die Welterbestätten-Vertreter*innen für die Umsetzung keine ausreichenden personellen Kapazitäten in den Einrichtungen. Auf Wunsch vonseiten der Welterbestätten noch stärker an der Ausarbeitung mitwirken zu können, wurde ein Extra-Workshop am 31.05.2022 in Lübeck organisiert, in dem die Welterbestätten-Vertreter*innen ihre eigenen Vorstellungen für das Netzwerk zusammen diskutieren konnten.

[7] Siehe Anlage 05: Grobkonzept Plattform um Bildungsakteure um das Welterbe


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

## 1.2. Vorstellung der UNESCO-Welterbestätten in Schleswig-Holstein, ihrer Auszeichnungen und Akteur*innen

### 1.2.1. UNESCO-Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk

Von hier aus entwickelten die Wikinger eine frühe europäische Handelskultur, für die die Grenze eine wesentliche Rolle spielte. Die Überreste der Grenzanlage mit der Wikinger-Stadt Haithabu (vom 8. bis 11. Jahrhundert) markieren die Geschichte des frühen Austauschs und den Handel zwischen verschiedenen kulturellen Traditionen.
Man geht davon aus, dass (vermutlich der Stamm der Danen) ursprünglich sein Gebiet gen Süden mit dem Danewerk begrenzte.
Im Laufe der Jahrhunderte wurde der Wall vor dem Hintergrund unterschiedlicher Interessen ausgebaut und genutzt. Zuletzt im 2. Weltkrieg.
Große Teile des Welterbes sind unter der Erde und sich nicht sichtbar.

<u>Outstanding Universal Value UNESCO-Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk</u>
UNESCO-Welterbestätte zu sein, ist eine besondere Auszeichnung. Dafür steht bei der UNESCO der außergewöhnliche universellen Wert (OUV), der mindestens eines der 10 Kriterien als auch die Integrität und Authentizität (nur bei Kulturgütern) der Stätte voraussetzt. Der Schutz und Erhalt des OUV gehört zu den Kernaufgaben jeder Welterbestätte. Auch die Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit ist Teil dessen.

Haithabu und Danewerk erfüllen die Kriterien iii und iv:
(iii) Sie stellen ein einzigartiges oder zumindest außergewöhnliches Zeugnis einer kulturellen Tradition oder einer bestehenden oder untergegangenen Kultur dar;

Bei der UNESCO heißt es dazu:
*(iii): Hedeby in Verbindung mit der Danevirke bildeten ein Zentrum eines Netzwerkes von vor allem maritimen Handel und für den Austausch zwischen West-und Nordeuropa. Die Anlage befand sich über mehrere Jahrhunderte im Kern des Grenzgebietes zwischen dem dänischen Königreich und dem fränkischen Reich. Hedeby und Danewirke sind ein herausragendes Zeugnis für den Austausch und für den Handel zwischen Menschen verschiedener kultureller Traditionen in Europa zwischen dem 8. bis 11. Jahrhundert. Aufgrund des reichen und sehr gut erhaltenen archäologischen Materials sind sie wissenschaftliche Schlüsselorte für die Interpretation von einer Vielzahl von wirtschaftlichen, sozialen und historischen Entwicklungen in der Wikingerzeit in Europa.*

(iv) Sie stellen ein hervorragendes Beispiel eines Typus von Gebäuden, architektonischen oder technologischen Ensembles oder Landschaften dar, die einen oder mehrere bedeutsame Abschnitte der Geschichte der Menschheit versinnbildlichen.
Bei der UNESCO heißt es dazu:

*(iv): Hedeby förderte den Austausch zwischen den Handelsnetzen über den europäischen Kontinent, und kontrollierte - in Verbindung mit der Danevirke - Handelswege, die Wirtschaft und das Territorium an der Kreuzung zwischen dem aufstrebenden dänischen Königreich und den*


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

*Königreichen und Völkern des europäischen Festlandes. Die archäologischen Funde unterstreichen die Bedeutung von Hedeby und der Danevirke vom 8. bis 11. Jahrhundert, die beispielhaft für ein städtisches Handelszentrum verbunden mit einem groß angelegten Verteidigungssystem in einem Grenzgebiet im Zentrum Haupthandelsrouten auf dem Wasser und zu Lande stehen.*

Verantwortliche/Ansprechpartner*innen:

- Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein
  Matthias Maluck, Welterbebüro und Site Management
  Christian Weltecke, Welterbebüro und Site Management

- Kreis Schleswig-Flensburg e.V. und Geschäftsführung Haithabu und Danewerk e.V.
  Astrid Hummel, Projektmanagement Welterbe Haithabu und Danewerk

Implizit in die ständige Bildungs- und Vermittlungsarbeit eingebunden:

- Wikinger-Museum-Haithabu
- Danewirke Museum
- Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf (temporäre Projektmitarbeiter im Bereich Bildung bis Ende 2022)

Betrachtet man die Umfragen, zeigen sich die unterschiedlichen Möglichkeiten der einzelnen Einrichtungen um das jeweilige Welterbe. Für Bildung und Vermittlungsarbeit steht zur Verfügung:

| | |
|---|---|
| 10 Stunden | Archäologisches Landesamt SH |
| 4 Stunden | Haithabu/Danewerk e.V. |
| ½ Stelle | Wikinger Museum Haithabu |
| – | Tourismusagentur Ostseefjord Schlei |

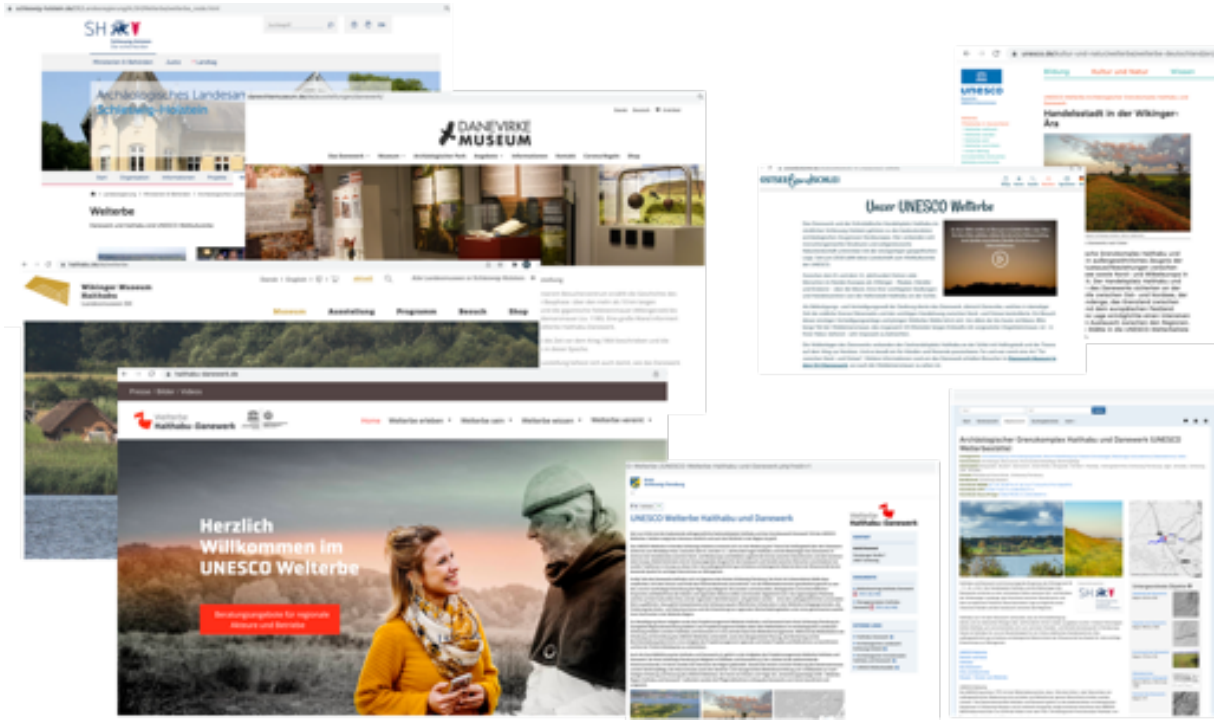
Für die Öffentlichkeitsarbeit steht zur Verfügung:

| | |
|---|---|
| 10 Stunden | Archäologisches Landesamt SH |
| 4 Stunden | Haithabu/Danewerk e.V. |
| ½ Stelle | Wikinger Museum Haithabu |
| 10–15 Stunden | Tourismusagentur Ostseefjord Schlei |

Die Welterbemanager für den Archäologischen Grenzkomplex Haithabu und Danewerk sitzen im Archäologischen Landesamt Schleswig-Holstein, den außerdem eine Teilzeitstelle für Öffentlichkeitsarbeit angegliedert ist, die aber nicht nur für das Welterbe zuständig ist. Über den Verein Haithabu und Danewerk e.V. wurde ein Instrument und spezifischer Raum für das Welterbe geschaffen, das die Basis für eine umfassende Netzwerk- und Projektarbeit bildet. Die Geschäftsführung sitzt gleichzeitig als Projektmanager für das Welterbe im Kreis Schleswig-Flensburg. Projektbasiert konnten temporär für das Welterbe außerdem zwei Bildungsreferentinnen in der Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf gewonnen werden. Das Projekt endet allerdings in diesem Jahr. Als einzige Welterbestätte in Schleswig-Holstein wurde eine komplexe Agenda für die welterbespezifische Bildungs- und Vermittlungsarbeit aufgestellt. Außerdem besteht eine enge Zusammenarbeit mit dem


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Danewirke Museum und dem Wikinger Museum Haithabu, die sich direkt an dem Welterbe befinden.




Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk im Internet:
Auf den Seiten des Ministeriums in Schleswig-Holstein; der beiden Museen Danewirke Museum und Wikinger Museum Haithabu; auf der Seite des Haithabu Danewerk e.V., des Kreis Schleswig-Flensburg, der Tourismusagentur Ostseefjord Schlei, auf den Seiten von Kultur. Landschaft. Digital des Ministeriums für Heimat Kommunales, Bau und Gleichstellung des Landes Nordrhein-Westfalen sowie auf der Seite der Deutschen UNESCO-Kommission.

### 1.2.2. UNESCO-Weltkulturerbe Altstadt Lübeck

Die Altstadt Lübecks, so wie sie in weiten Teilen in ihren städtebaulichen Dimensionen hinterlassen wurde, ist auf den systematischen Neuaufbau der Stadt 1159 zurückzuführen. Die Stadtentwicklung und die Entwicklung des Handels gingen hier Hand in Hand. Heute zeugen davon die Kulturdenkmale und archäologischen Schätze verschiedener Epochen, die dank des frühen Denkmalschutzes erhalten geblieben, eine einzigartige wissenschaftliche Quelle für Kunst-, Bau- und Gesellschaftsentwicklung darstellt.
Aufgrund der Zerstörungen und des Wiederaufbaus nach dem 2. Weltkrieg wurden nur 3 Bereiche der Altstadt zum UNESCO-Welterbe. Das UNESCO-Welterbe beinhaltet ausdrücklich auch den archäologischen Untergrund der Lübecker Altstadt.
Eine Besonderheit und Herausforderung der Altstadt zugleich ist, dass die Lübecker in dem Welterbe arbeiten, leben und somit eine besondere Nähe zu den Denkmalen und archäologischem Erbe haben. So liegt die Verantwortung für das UNESCO-Welterbe bei der

<u>Outstanding Universal Value UNESCO-Weltkulturerbe Altstadt Lübeck</u>
Lübeck wurde unter dem Kriterium ausgezeichnet:


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

(iv) Ein hervorragendes Beispiel eines Typus von Gebäuden, architektonischen oder technologischen Ensembles oder Landschaften, die einen oder mehrere bedeutsame Abschnitte der Geschichte der Menschheit versinnbildlichen.
Bei der UNESCO heißt es dazu:
*(iv): Die Stadtarchitektur und einige außergewöhnliche Einzelbauwerke in den authentisch erhaltenen Stadtbereichen bezeugen auf außergewöhnliche Weise die Macht und historische Bedeutung der Hanse.*

Verantwortliche/Ansprechpartner*innen:

- Altstadt Lübeck

  Fachbereich Archäologie und Denkmalpflege:
  Dr. Irmgard Hunecke, Wissenschaftliche Mitarbeiterin Denkmalpflege
  Christoph Wojtkiewicz, Ableitungsleiter Denkmalpflege
  Dr. Manfred Schneider, Bereichsleiter Archäologie
  Dr. Dirk Rieger, Abteilungsleiter Archäologie

  Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung:
  Catharina Vogel, Welterbekoordinatorin, Hansestadt Lübeck

- Lübeck Travemünde Marketing GmbH
  Barbara Schwartz, Leiterin Marketing & Contentmanagement

Explizit Teil der Bildung, Vermittlungsarbeit und Öffentlichkeitsarbeit (die Zusammenarbeit erfolgt, wenn nur temporär):

- Museen und Ausstellungshäuser im Welterbe
- Kirchen im Welterbe
- Stadtführer*innen
- Bewohner*innen im Welterbe

Für Bildung und Vermittlungsarbeit steht zur Verfügung:

| | |
|---|---|
| – | Obere und Untere Denkmalschutzbehörde |
| 1 Stunde | Stadtplanung und Bauordnung |
| – | Lübeck Travemünde Marketing GmbH |

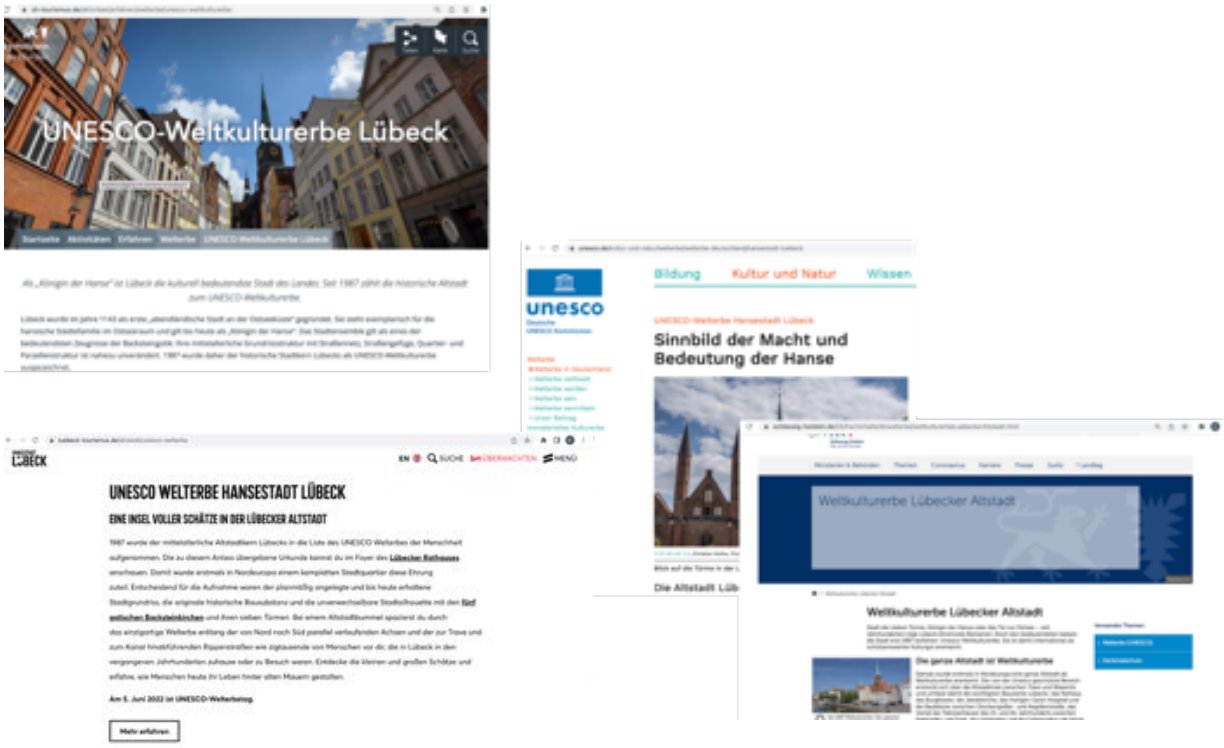
Für die Öffentlichkeitsarbeit steht zur Verfügung:

| | |
|---|---|
| 1 Teilzeitstelle | Obere und Untere Denkmalschutzbehörde |
| 1 Stunde | Stadtplanung und Bauordnung |
| – | Lübeck Travemünde Marketing GmbH |

Im Rahmen der Stadtplanung und Bauordnung sowie der Archäologie und Denkmalpflege konzentriert sich Lübeck darauf, das archäologische Erbe und die Denkmale des Welterbes mit den sich im Welterbe lebenden und arbeitenden Menschen in Einklang zu halten oder zu bringen. Die welterbespezifischen Themen zum Schutz und Erhalt des Welterbes werden mit nur einer halben Stelle in die Fachbereiche koordiniert, sodass hier nur sporadisch und


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

projektbedingt überhaupt Kapazitäten für Bildung-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit zur Verfügung stehen. Die Lübeck Travemünde Marketing GmbH skizziert das Welterbe Altstadt Lübeck auf seiner Website. Außerdem ist sie Mitglied im UNESCO-Welterbe Deutschland e.V. In dem Managementplan von Lübeck wird primär den Kirchen und Museen im Welterbe und den Stadtführer*innen die Aufgabe der Bildungs-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit zugeschrieben, die an der Umfrage nicht beteiligt wurden, die jedoch auch keine direkte oder indirekte Verbindung zu den Vertreter*innen des Welterbes in Lübeck pflegen. Es gibt hier keine offizielle Kollaborationsebene und der Austausch im Hinblick auf das Welterbe hat sich bisher wenig etabliert. Die Einrichtungen selbst werben zum Teil damit, dass sie sich im Welterbe befinden. Die inhaltlichen Zusammenhänge werden hier jedoch nicht aufgezeigt.




Das UNESCO-Weltkulturerbe Altstadt Lübeck auf den Seiten der Lübeck Travemünde Marketing GmbH, Schleswig-Holstein Tourismus, des Ministeriums Schleswig-Holsteins und der Deutschen UNESCO-Kommission. Bei den Museen sind bisher keine Verweise auf das Welterbe zu finden. Die Kirchen werben teilweise damit.

### 1.2.3. UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer

Das Wattenmeer erstreckt sich entlang der gesamten Küste vom niederländischen Den Helder über die niedersächsische, hamburgische und schleswig-holsteinische Nordseeküste bis nach Blåvand in Dänemark. Das als trilaterales UNESCO-Weltnaturerbe ausgezeichnete Wattenmeer ist das größte zusammenhängende Schlick- und Sandwattsystem weltweit. Es umfasst eine Vielzahl von Übergangszonen zwischen Land, Meer und Süßwasser: Sand- und Schlickwatt, Muschelbänke, dichte Seegraswiesen, Salzwiesen, Sandstrände und Dünen. Mehr als 10.000 Tier- und Pflanzenarten sind hier zu Hause ebenso wie 10 bis 12 Millionen durchziehende Zugvögel pro Jahr.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Das schleswig-holsteinische Wattenmeer ist nur ein Teil des Welterbes. Seit 1985 ist es Nationalpark und zeichnet sich durch einen hohen Naturschutzstandard aus, die den Erhalt der natürlichen Landschaft mit Flora und Fauna sicherstellen. In dem Nationalpark Schleswig-Holstein gibt es zwei Zonen, die unterschiedliche Handlungen und Nutzungen regeln.

Outstanding Universal Value UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer
Das Weltnaturerbe Wattenmeer deckt 3 Kriterien ab:
(viii) außergewöhnliche Beispiele der Hauptstufen der Erdgeschichte darstellen, einschließlich der Entwicklung des Lebens, wesentlicher im Gang befindlicher geologischer Prozesse bei der Entwicklung von Landschaftsformen oder wesentlicher geomorphologischer oder physiographischer Merkmale;

Dazu heißt es:
*(viii) Die Region stellt ein außergewöhnliches Beispiel eines komplexen und vielseitigen, vom ständigen Gezeitenwechsel bestimmten Küstengebiets dar. Dynamische natürliche Prozesse formen die sich kontinuierlich verändernde Landschaft in dem Gebiet.*

(ix) außergewöhnliche Beispiele bedeutender im Gang befindlicher ökologischer und biologischer Prozesse in der Evolution und Entwicklung von Land-, Süßwasser-, Küsten- und Meeres-Ökosystemen sowie Pflanzen- und Tiergemeinschaften darstellen;

*(ix) Die geologischen und geomorphologischen Eigenschaften des Wattenmeers in der Verbindung mit biophysikalischen Prozessen veranschaulichen in einzigartiger Weise die kontinuierlichen Anpassungsprozesse von Küstengebieten an globale Veränderungen außergewöhnliche Beispiele bedeutender im Gang befindlicher ökologischer und biologischer Prozesse in der Evolution und Entwicklung von Land-, Süßwasser-, Küsten- und Meeres-Ökosystemen sowie Pflanzen- und Tiergemeinschaften darstellen;*

(x) die für die In-situ-Erhaltung der biologischen Vielfalt bedeutendsten und typischsten Lebensräume enthalten, einschließlich solcher, die bedrohte Arten enthalten, welche aus wissenschaftlichen Gründen oder ihrer Erhaltung wegen von außergewöhnlichem universellem Wert sind.
*(x) Das Wattenmeer zeichnet sich durch ein sehr hohes Maß an Biodiversität aus: Zu den im Wattenmeer lebenden Säugetieren zählen Seehunde, Kegelrobben und Schweinswale. Im Schlick tummeln sich Muscheln und Krebse, Faden- und Strudelwürmer, darüber hinaus ist das Watt Laichplatz von zahlreichen Meeresfischen wie Scholle und Seezunge. Das große Nahrungsangebot macht das Wattenmeer unentbehrlich als Zwischenstopp für Zugvögel.*

Verantwortliche Schleswig-Holstein/Ansprechpartner*innen:

- Ministerium für Energiewende, Klimaschutz, Natur und Umwelt des Landes Schleswig-Holstein
  Ansprechpartnerin: Maren Bauer, Referat Meeresschutz, Nationalpark


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

- Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein (LKN.SH)
  Ansprechpartnerinnen:
  Kirsten Boley-Fleet, Fachbereichsleitung Kommunikation und Nationalpark-Partner
  Dr. Christiane Gätje, Nationalparkverwaltung – Fachbereich Kommunikation und Nationalpark-Partner

Implizit in die ständige Bildung, Vermittlungsarbeit und Öffentlichkeitsarbeit ein-/an-gebunden:
In Schleswig-Holstein:

- Bildungsabteilung der Nationalparkverwaltung
- Öffentlichkeitsarbeit der Nationalparkverwaltung
- Nordsee-Tourismus-Service GmbH
- Über 40 Nationalpark-Infoeinrichtungen des Welterbe Wattenmeers
- Nationalparkpartner*innen (Bereich Bildung, Tourismus, Gäste- und Wattführer, Landwirtschaft, Gastro und Unterkünfte)

Auf bundesweiter Ebene:

- Nationalpark Wattenmeer Hamburg
- Nationalpark Wattenmeer Niedersachsen

Auf internationaler Ebene:

- Common Wadden Sea Secretariat (Koordinierungsorgan der Trilateralen Wattenmeer-Zusammenarbeit)

- International Wadden Sea School | c/o WWF Deutschland
  Ansprechpartnerin: Anja Szczesinski

- Nationalpark Vadehavet (Teil Weltnaturerbe Wattenmeer in Dänemark)
- Niederländisches Wattenmeergebiet

Für Bildung und Vermittlungsarbeit steht zur Verfügung:

| | |
|---|---|
| 25 Stellen inkl. Nationalpark-Zentrum Multimar, teilweise Nationalpark-Ranger*innen, Personal mit Aufgabe Multiplikatorenschulungen für Nationalpark-Partner, Freiwillige der MNaturschutzverbände Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpar und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein (LKN) |
| _ | Ministerium für Energiewende, Klimaschutz, Natur und Umwelt des Landes Schleswig-Holstein |
| _ | Nordsee Tourismus |


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Für die Öffentlichkeitsarbeit steht zur Verfügung:

| | |
|---|---|
| 2,5 Stellen<br>10 Stellen<br>15 Stellen | Verschiedene Vertreter*innen des Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein (LKN) |
| – | Ministerium für Energiewende, Klimaschutz, Natur und Umwelt des Landes Schleswig-Holstein |
| – | Nordsee Tourismus |

Die Nationalparkverwaltung Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer LKN.SH verfügt über eine hohe Stellenkapazität und hat sich ein großes professionelles Netzwerk aufgebaut. Er selbst bildet jedoch nur einen Teil des gesamten Weltnaturerbes Wattenmeer ab, das in Deutschland ferner den Nationalpark Hamburg und Niedersachsen und außerdem die Wattenmeer-Gebiete in Dänemark und den Niederlanden umfasst, die über das Common Wadden Sea Secretariat (CWSS – gemeinsames Sekretatriat in der Trilateralen Wattenmeerzusammenarbeit) zusammengebracht werden. Die Schnittstelle in Schleswig-Holstein wird über das Ministerium für Energiewende, Klimaschutz, Umwelt und Natur des Landes Schleswig-Holstein koordiniert. Der Nationalpark-Status ist das eigentliche Schutzinstrument für den Natur- und Umweltschutz der Region und die Schutzauflagen für den Nationalpark sind höher als die für das UNESCO-Weltnaturerbe, sodass die Schutzauflagen für UNESCO-Weltnaturerbe sichergestellt sind.
So findet die Bildungs- und Vermittlungsarbeit sowie die Außenkommunikation der Nationalparkverwaltung Schleswig-Holsteins vorerst im Rahmen des Nationalparks mit dem Schwerpunkt Naturschutz und Naturerlebnis und nicht im Zeichen der UNESCO statt.
Vor dem Hintergrund der Aufgabenschwerpunkte und seiner Rolle im gesamten UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer müsste die Nationalparkverwaltung Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer sich mit Blick auf die Netzwerkbildung bei der Bildungs- und Vermittlungsarbeit stärker auch auf die Werte der UNESCO berufen und mit Kulturerbe zusammenzudenken, um den gemeinsamen Ausgangspunkt zu haben. Bei der UNESCO sind das UNESCO-Weltnatur- und Weltkulturerbe gleichranging Teil des Welterbeprogramms:
*„Ein kulturell sensibler Begriff der Nachhaltigkeit unterscheidet nicht zwischen ökologischen und sozial-ökonomischen SDGs[8], sondern betont die unauflöslichen Mensch-Umwelt-Kultur Beziehungen.*
*[…] Das Naturerbe und das materielle kulturelle Erbe stehen prototypisch für das, worauf sich eine Gesellschaft einigen kann, um es für die Zukunft zu erhalten (to sustain).“*[9]

Ferner gibt es diverse Nationalpark-Partner*innen und Inforeinrichtungen, die Bildungsprogramme spezifisch zum Wattenmeer anbieten und die dem Nationalpark partnerschaftlich verbunden sind. Die International Wadden Sea School ist das für das Weltnaturerbe übergeordnete Bildungsprogramm zuständig. Koordiniert wird es durch WWF Deutschland (World Wide Fund for Nature).

[8] Sustainable Development Goals
[9] Aus: Die Deutsche UNESCO-Kommission: Die kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit stärken! Stellungnahme der Deutschen UNESCO-Kommission zum Regierungsentwurf der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie vom 31. Mai 2016 https://www.UNESCO.de/sites/default/files/2018-03/NachhaltigkeitsstrategieDUKKommentar2016.pdf


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Das Weltnaturerbe Wattenmeer auf den Seiten des Common Wadden Sea Secretary, des Nationalparks Schleswig-Holsteins, Hamburgs und Niedersachsens, auf den Seiten des WWF und auf der Seite von Nordseetourismus.



PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 1.3. Immaterielles Kulturerbe mit Schleswig-Holstein-Bezug

Die zunehmende Kritik am Eurozentrismus der Welterbeliste hat im Laufe der Jahre neue Programme und Konventionen hervorgebracht. Die bedeutendste dieser Konventionen ist das UNESCO-Übereinkommen zur Bewahrung des immateriellen Kulturerbes, das im Jahre 2003 verabschiedet wurde. Mitte 2013 wurde die Konvention auch von Deutschland ratifiziert. Immaterielles Erbe schließt die Erfahrungen von Menschen mit ihrer Geschichte impliziert mit ein. Eine Besonderheit des Immateriellen Kulturerbes ist, dass es meist nicht nur an einen konkreten Ort gebunden ist und zwischen den nationalen Grenzen vernetzt.
Es soll ausdrücklich die Identitätsbildung der dieses Erbe repräsentierenden Bevölkerung befördern, eine nachhaltige Entwicklung initiieren und nicht zuletzt lokale und regionale Bevölkerungen befähigen, Entwicklungsprozesse in die eigenen Hände zu nehmen.

Zu dem Immateriellem Kulturerbe gehören Bräuche, Traditionen, Ausdrucksformen, Wissen und Fertigkeiten, die Gemeinschaften, Gruppen und gegebenenfalls Einzelpersonen als Bestandteil ihres Kulturerbes ansehen aber auch das Register guter Praxisbeispiele.

Das sind:

- mündlich überlieferte Traditionen und Ausdrucksformen (einschließlich der Sprache als Trägerin des Immateriellen Kulturerbes)
- darstellende Künste
- gesellschaftliche Bräuche, Rituale und Feste
- Wissen und Bräuche in Bezug auf die Natur und das Universum
- traditionelle Handwerkstechniken
- Formen gesellschaftlicher Selbstorganisation

Das bundesweite Verzeichnis des Immateriellen Kulturerbes hat derzeit (Stand März 2022) acht Einträge mit Schleswig-Holstein-Bezug verzeichnet. Davon sind drei auch auf der weltweiten UNESCO-Liste des Immateriellen Kulturerbes und zwei sogar transnationale Eintragungen.

#### 1.3.1. Reetdachdecker-Handwerk, Bundesverzeichnis, 2014

Bereich: Wissen und Bräuche in Bezug auf die Natur und das Universum; Traditionelle Handwerkstechniken
Zentraler Termin: ganzjährig
Verbreitung: vor allem im norddeutschen Raum mit Küstennähe (Niedersachsen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern)
Kontakt: Reetdachdecker-Innung Mecklenburg-Vorpommern

Reetdächer findet man in vielen Regionen Europas u.a. in Holland, England sowie Dänemark, aber auch Asiens und Afrikas. In Deutschland sind sie überwiegend im norddeutschen Raum mit Küstennähe zu finden. Die ersten nachgewiesenen Reetdächer gab es bereits um 4000 vor Christus. Erst im 20. Jahrhundert wurde das fachliche Handwerkswissen festgeschrieben.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Bezüge zu Welterbestätten: Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk – Traditionelle Handwerkstechniken, Hausbautechniken der Wikinger

### 1.3.2. Niederdeutsches Theater, Bundesverzeichnis, 2014

Bereich: Mündlich überlieferte Traditionen und Ausdrucksformen; darstellende Künste
Verbreitung: hauptsächlich in Niedersachsen, Bremen, Schleswig-Holstein, Mecklenburg-Vorpommern, Nordrhein-Westfalen
Kontakte:
Niederdeutscher Bühnenbund Niedersachsen und Bremen e.V.
Niederdeutscher Bühnenbund Schleswig-Holstein e.V.
Niederdeutscher Bühnenbund Mecklenburg-Vorpommern
Plattdeutsche Bühne Haltern/Westfalen

Das sogenannte Niederdeutsche Theater vereint Theater mit der Regionalsprache Niederdeutsch. Viele der Bühnen sind semiprofessionell aufgestellt und in den ländlichen Regionen Norddeutschland verankert, aber auch große Bühnen wie das Hamburger Ohnsorg Theater pflegen die Tradition.
Auf den Spielplänen stehen zum einen Klassiker des Plattdeutschen Theaters, zum anderen Übertragungen und Übersetzungen aus anderen Sprachgebieten. Viele der kleineren Bühnen verfassen ihre Stücke auch selbst und mit dem Ensemble und greifen deren unmittelbare soziale Wirklichkeit auf. Die von seiner Sprache geprägte Tradition, die heute immer weniger Menschen sprechen, entwickelte sich mit der Heimatkunstbewegung im ausgehenden 20. Jahrhundert.

### 1.3.3. Bikebrennen, Bundesverzeichnis, 2014

Bereich: Gesellschaftliche Bräuche, Rituale und Feste
Verbreitung: Norddeutschland, Schleswig-Holstein
Zentraler Termin: 21. Februar
Kontakt: Friesenrat Sektion Nord e.V.

Bikebrennen ist ein Feuerfest in Friesland, mit dem böse Geister vertrieben werden sollen. Es beruht auf einer Tradition seit etwa 1760 Seeleute mit einem Feuer zu verabschieden.
Es findet jährlich am 21. Februar auf Sylt, Amrum, Föhr, den Halligen und dem Festland statt.

### 1.3.4. Genossenschaftsidee, UNESCO-Listung, 2016

Eintrag: Deutschland
Bundesverzeichnis, 2014
Verbreitung: deutschlandweit und darüber hinaus
Bereich: Beispiel Guter Praxis der Erhaltung Immateriellen Kulturerbes


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Kontakt: Deutsche Hermann-Schulze-Delitzsch-Gesellschaft e. V., Deutsche Friedrich-Wilhelm-Raiffeisen-Gesellschaft e. V.

Die Grundlagen der Genossenschaft in Deutschland geht auf Hermann Schulze-Delitzsch und Friedrich Wilhelm Raiffeisen Mitte des 19. Jahrhunderts zurück. Die Vereinigung von Freiwilligen bieten Mitgliedern der Gemeinschaft Dienstleistungen sozialer, kultureller oder wirtschaftlicher Art, um den Lebensstandard zu verbessern, gemeinsame Herausforderungen zu meistern und positive Veränderungen zu fördern. Basierend auf dem Subsidiaritätsprinzip, das die persönliche Verantwortung über staatliches Handeln stellt, ermöglichen Genossenschaften die Bildung von Gemeinschaften durch gemeinsame Interessen und Werte, die innovative Lösungen für gesellschaftliche Probleme schaffen, von der Schaffung von Arbeitsplätzen und der Unterstützung von Senioren bis hin zu Stadtsanierungs- und erneuerbaren Energieprojekten. Genossenschaften bauen auf soziale Werte und stehen damit auch für eine kulturelle Entwicklung. Heute ist etwa ein Viertel der deutschen Bevölkerung Mitglied einer Genossenschaft, der neben Landwirten und Handwerkern auch 90 Prozent der Bäcker und Metzger angehören.

Die UNESCO unterstreicht für die Genossenschaften folgende Agenda 2030 Nachhaltigkeitsziele[10]:
1: Keine Armut
4: Hochwertige Bildung
8: Menschwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
9: Industrie, Innovation und Infrastruktur
10: Weniger Ungleichheiten
16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen

### 1.3.5. Orgelbau und Musik, UNESCO-Listung, 2017

Eintrag: Deutschland
Bundesverzeichnis: 2014
Bundesverzeichnis: Verbreitung: deutschlandweit und darüber hinaus
Bereich: Darstellende Künste; Wissen und Bräuche in Bezug auf die Natur und das Universum; Traditionelle Handwerkstechniken
Kontakt: Vereinigung der Orgelsachverständigen Deutschlands (VOD)
Bezüge zu Welterbestätten: Altstadt Lübeck (1987), Speyerer Dom (1981), Römische Baudenkmäler, Dom und Liebfrauenkirche in Trier (1986), Mariendom und die Michaeliskirche (1985), Kölner Dom (1996), Aachener Dom (1978), Naumburger Dom (2018)

Jede Orgel wird speziell für den architektonischen Raum geschaffen, in dem sie gespielt wird. Die Kenntnisse und Fähigkeiten im Zusammenhang mit der Praxis wurden von Handwerkern,

[10] Siehe auch Darstellung der 17 Nachhaltigkeitsziele der Agenda 2030 auf der Website des Immateriellen Kulturerbes mit den jeweiligen Unterseiten des ausgezeichneten Kulturerbes: Sustainable development and living heritage.
https://ich.UNESCO.org/en/sustainable-development-and-living-heritage
Sowie für das jeweilige Immaterielle Kulturerbe:
https://ich.UNESCO.org/en/lists?text=&country[]=00005&multinational=3&display1=inscriptionID#tabs


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Komponisten und Musikern entwickelt, die im Laufe der Geschichte zusammengearbeitet haben. Die Weitergabe lief vor allem informell und markiert die Gruppenidentität. Gottesdienste, Konzerte und Kulturveranstaltungen ebenso wie Feste stehen in der Tradition der Orgelmusik. In Deutschland gibt es 400 mittelständische Handwerksbetriebe, die für seine Lebensfähigkeit und Weitergabe bürgen, sowie einige größere Werkstätten in Familienbesitz. Kenntnisse und Fähigkeiten in Bezug auf das Element werden durch eine direkte Lehrer-Schüler-Erfahrung vermittelt, die durch die Ausbildung in Berufsschulen und Universitäten ergänzt wird.

Die UNESCO unterstreicht für den Orgelbau und Musik folgende Agenda 2030 Nachhaltigkeitsziele[11]:
16: Frieden Gerechtigkeit und Starke Institutionen
4: Hochwertige Bildung
8: Menschenwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum

### 1.3.6. Helgoländer Börteboote, Bundesverzeichnis, 2018

Bereich: Wissen und Bräuche in Bezug auf die Natur und das Universum, Formen gesellschaftlicher Selbstorganisation, mündlich überlieferte Traditionen und Ausdrucksweisen
Saison: Anfang April bis Mitte Oktober
Verbreitung: Helgoland

Da nicht alle Seebäderboote an Helgolands Hafen anlegen dürfen, wurden die Börteboote erfunden, die dem Transfer der Besucher*innen von den Seebäderboote bis zur Seebrücke dienen. Die Boote gehören seit 1952 zu dem spezifischen Helgoland-Bild.

### 1.3.7. Zusammenleben von Minderheiten und Mehrheiten im deutsch-dänischen Grenzgebiet, Bundesverzeichnis, 2018

Register guter Praxisbeispiele
Verbreitung: deutsch-dänisches Grenzland, Nord-/Südschleswig
Bereich: Formen gesellschaftlicher Selbstorganisation; darstellende Künste; gesellschaftliche Bräuche, Feste und Rituale
Kontakt: Sydslesvigsk Forening e.V. (SSF), Bund Deutscher Nordschleswiger (BDN)
Direkte Bezüge zu Welterbestätten: Archäologischer Grenzkomplex Danewirke und Haithabu

Mit der Volksabstimmung 1920 lebte eine deutsche Volksgruppe im dänischen Nordschleswig und eine dänische im deutschen Südschleswig. 1955 wurden die Rechte, Funktionen und Finanzierung der Minderheiten in den Bonn-Kopenhagener Erklärungen festgelegt, die die Grundlage für die Entwicklung von vielen ehrenamtlichen Vereinen und Organisationen zur Förderung der Sprache und Kultur der Minderheiten pflegen. Auf diese Weise entwickelten sich selbstbewusste Minderheiten parallel mit den jeweiligen Mehrheitsgesellschaften. Die

[11] Ebd.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

„Minderheitenmodelle“ stehen für eine vorbildhafte demokratische Gesellschafsentwicklung und wichtige grenzüberschreitende Beziehungen.

### 1.3.8. Bauhüttenwesen in Europa / Lübecker Kirchenbauhütte, UNESCO-Listung, 2020

Eintrag: Deutschland, Österreich, Frankreich, Norwegen und die Schweiz. / Bundesverzeichnis, 2018
Beispiel Guter Praxis der Erhaltung Immateriellen Kulturerbes
Kontakt: Evangelische Gesamtkirchengemeinde Ulm, Metropolitankapitel der Hohen Domkirche Köln, Freiburger Münsterbauverein, Verein zur Erhaltung des Xantener Domes e.V., Dombauhütte Aachen, Münsterbauhütte Heilig Kreuz Schwäbisch Gmünd, Staatliches Bauamt Bamberg, Staatliche Dombauhütte Regensburg, Westf. Dombauhütte St. Maria zur Wiese Soest, Kirchenbauhütte Lübeck-Lauenburg, Staatliche Dombauhütte Passau, Zwingerbauhütte Dresden, Dombauhütte Mainz

Bauhütte ist eine Tradition, dessen Praxis bereits auf das 13./14. Jahrhundert zurückgeht. Der Begriff umfasste sowohl die Werkstätten zur Errichtung uns Restaurierung an sich als auch die Organisation und das internationale Netzwerk, die den langjährigen Kirchenbau durchführten. Seit dem 19. und 20. Jahrhundert haben sich die Werkstätten institutionalisiert. Sie stehen für die Weitergabe, Dokumentation, Bewahrung und Förderung von Handwerkstechniken und -wissen.

Von der UNESCO wurde das Bauhüttenwesen in das internationale Register guter Praxisbeispiele aufgenommen. Der Lübecker Kirchenbauhütte mit ihrem Wissen um alte Handwerkstechniken spielt bei dem Erhalt der Denkmale der Stadt und damit für das UNESCO-Weltkulturerbe der Hansestadt eine wesentliche Rolle.

Die UNESCO unterstreicht für die Bauhütte folgende Agenda 2030 Nachhaltigkeitsziele[12]:
4: Hochwertige Bildung
8: Menschwürdige Arbeit und Wirtschaftswachstum
9: Industrie, Innovation und Infrastruktur
11: Nachhaltige Städte und Gemeinden
12: Nachhaltige/r Konsum und Produktion
16: Frieden, Gerechtigkeit und starke Institutionen
17: Partnerschaften zur Erreichung der Ziele

Gefahrenfaktoren: Klimawandel, geschwächtes Ökosystem[13]

Direkte Bezüge zu Welterbestätten: Bamberg (1993), Altstadt Wien (2001), Altstadt Regensburg mit Stadtamhof (2006), Kölner Dom (1996), Altstadt Lübeck (1987), Aachener Dom (1978), Straßburg Grande-Île und Neustadt (1988)

[12] Ebd.
[13] Siehe auch: https://ich.UNESCO.org/en/BSP/craft-techniques-and-customary-practices-of-cathedral-workshops-or-bauhtten-in-europe-know-how-transmission-development-of-knowledge-and-innovation-01558


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

#### 1.3.9. Ringreiten, Bundesverzeichnis, 2021

Verbreitung: Schleswig-Holstein und andere Bundesländer, Niederlande, Dänemark
Bereich: Gesellschaftliche Bräuche, Feste und Rituale
Kontakt: Landesringreiterbund Schleswig-Holstein

Das Ringreiten entstammt der bäuerlichen Pferdewirtschaft und hat sich mit über 300 Vereinen in Schleswig-Holstein zu einer Freizeitbeschäftigung mit regelmäßigen Wettbewerben zwischen Mai und August formiert. Bei den Wettbewerben des Ringreitens versuchen Teilnehmende Ringe aufzuspießen, die jede Runde kleiner werden.

### 1.4. UNESCO-Weltdokumentenerbe mit Schleswig-Holstein-Bezug

Weltdokumentenerbe ist das Verzeichnis im Rahmen des 1992 von der UNESCO gegründeten Programms Memory of the World. Das Programm dient dazu, den freien Zugang zu bedeutsamen Dokumenten zu sichern und das dokumentarische Erbe zu bewahren. Ausgewählte Buchbestände, Handschriften, Partituren, Unikate, Bild-, Ton- und Filmdokumente stehen für den Erhalt und die Schaffung des kollektiven Gedächtnisses der Menschen in den verschiedenen Ländern.

#### 1.4.1. Lübecker Sammlung Hanse-Dokumente

Zusammen mit Experten aus ganz Nord- und Osteuropa hat das Archiv der Hansestadt Lübeck 17 Dokumente ausgewählt, die das Wesen, die Entwicklung und den Einfluss der Hanse exemplarisch verdeutlichen. Sie reichen von einem Handelsvertrag mit dem Fürsten von Nowgorod aus dem Jahr 1191 bis hin zu Gerichtsprotokollen des Handelskontors in Bergen von 1759. Die 17 nominierten Quellen werden heute in 11 Archiven und Bibliotheken in Belgien, Dänemark, Deutschland, Estland, Lettland und Polen verwahrt; sechs davon im Lübecker Archiv. Die Entscheidung über die Aufnahme in das UNESCO-Weltdokumentenerbe soll Ende 2022 fallen.

Direkte Bezüge zu Welterbestätten: Altstadt Lübeck (1987)


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

## 1.5. UNESCO-Welterbe

### 1.5.1. Welterbe im Namen der UNESCO

Das Welterbe der UNESCO zählt zu seinen erfolgreichsten Instrumenten, wenn es um die öffentliche Wahrnehmung geht. Das zeigen die täglichen Nachrichten zu den Welterbestätten und neuen Nominierungen.

Die UNESCO-Welterbeliste steht für eine „Weltkulturpolitik“, die keinen geringeren Anspruch hegt, als Kulturen als gleichberechtigt anzuerkennen und das Erbe der Welt der gesamten Menschheit zuzueignen.[14] In diesem Anspruch, der mit der Welterbe-Konvention von 1972 festgeschrieben wurde und zu dem sich die Mitgliedstaaten der UNESCO bekennen, manifestierte sich der Gedanke globaler Zusammenhänge.

1972 bei der Verabschiedung der UNESCO-Welterbekonvention zum Schutz des Kultur- und Naturerbes mögen die Schrecken den 2. Weltkrieges, seine weltweiten Zerstörungen und die großen Völkerwanderungen dabei noch präsent gewesen sein. Der Anspruch, dass man allen Bewohnern dieses Planeten als voneinander abhängig sieht, erscheint heute an Substanz oder öffentlichen Bewusstsein verloren zu haben. Vor allem die Darstellung von UNESCO-Welterbe in den Medien aber auch auf den Websites der Stätten konzentriert sich vor allem auf die Auszeichnung an sich und unterstreicht damit oft rein objektkonzentriert die Besonderheit des Erbes ohne weiter auf die Bedeutung für die Kultur einer Gesellschaft und die aktuellen Bezüge einzugehen.

*„Ein ausschließlich auf politischen und wirtschaftlichen Abmachungen von Regierungen beruhender Friede kann die einmütige, dauernde und aufrichtige Zustimmung der Völker der Welt nicht finden. Friede muss – wenn er nicht scheitern soll – in der geistigen und moralischen Solidarität der Menschheit verankert werden." Sie gründeten die UNESCO unter der Leitidee: "Da Kriege im Geist der Menschen entstehen, muss auch der Frieden im Geist der Menschen verankert werden.“*
*“Da Kriege im Geist der Menschen entstehen, muss auch der Frieden im Geist der Menschen verankert werden."*[15]

### 1.5.2. Wertekanon UNESCO-Welterbe

Die UNESCO und die Deutsche UNESCO-Kommission formulieren klare und konkrete Vorstellungen von der Rolle der Welterbestätten in der Gesellschaft und schreiben den Welterbestätten eine Vorbildrolle im Sinne der Werte der Organisation der UNESCO zu. Die Bildungs-und Vermittlungsarbeit um die Welterbestätten ist in den Richtlinien zur Umsetzung der UNESCO-Welterbekonvention fest verankert und Teil der Managementpläne.

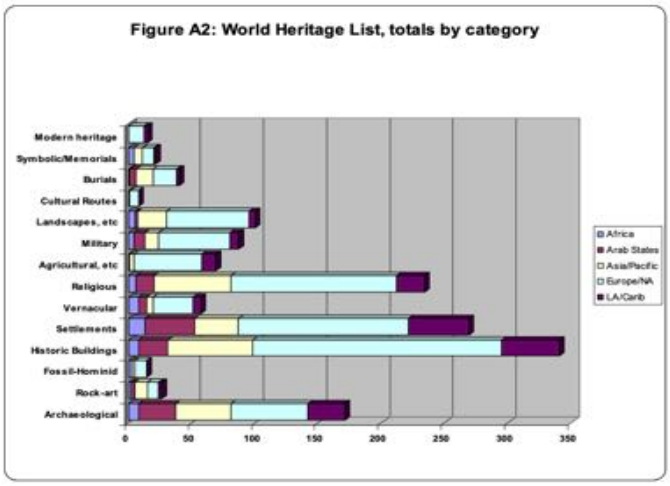
Ein Blick auf die Auslegungen der Welterbe-Konvention der UNESCO und aktuelle Diskurse führt zur Global Strategy, zur Agenda 2030 und der Bekennung zu den Nachhaltigkeitszielen.

[14] Vgl: Deutsche UNESCO-Kommission e.V. (Hrsg.), Roland Bernecker: Welterbe-Manual. Globale Strategie. Worin besteht der Erfolg der Welterbeliste? Bonn 2006, S. 14–15
[15] Unter dieser Leitidee gründete sich die UNESCO am 16.11.1945. Quelle: https://www.unesco.de/node/240


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 1.5.2.1. Global Strategy

*„Die UNESCO erkennt die Kulturen der Welt grundsätzlich als gleichrangig an, daher sollen auf der Welterbeliste die bedeutendsten Zeugnisse aller Kulturen in ausgewogenem Maß repräsentiert sein. Die Welterbeliste soll die Vielfalt des kulturellen Erbes der Völker und den Reichtum des Naturerbes auf allen Kontinenten widerspiegeln.“*[16]




[17]

Die Global Strategy gehört zu den vielseitigen Bemühungen die Liste des Erbes der Menschheit auszugleichen, eine Balance herzustellen und gegenseitige Verantwortung zum Tragen zu bringen. Vor diesem Hintergrund ist sie auch ein richtungsweisender Ausdruck für die Netzwerke der Welterbestätten. Mit der Aufnahme der Global Strategy in die Richtlinien für die Durchführung des Übereinkommens zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt[18], sind ferner auch die Welterbe-Akteur*innen der Stätten direkt dazu aufrufen, ihren Beitrag zur Globalen Strategie zu leisten.

2004 brachte die ICOMOS im Rahmen der Global Strategy die Studie „Filling the Gaps“[19] zu den Welterbestätten heraus, wobei die Schwachpunkte der UNESCO-Welterbeliste herausgearbeitet wurden. Es zeigte sich, dass nicht nur die Mitgliedsstaaten, die mit der Stättenanzahl auf der Liste des Erbes der Welt quantitativ unterrepräsentiert sind, bestärkt werden müssten, sondern auch die qualitative Ausgewogenheit besser beachtet werden müsste. So sind beispielsweise die Europäischen und Nordamerikanischen Stätten gegenüber Afrika, Lateinamerika und Karibik, den Arabischen Staaten oder Asien-Pazifik bis heute mit ihrer hohen Anzahl an Welterbestätten stark überrepräsentiert. Grundsätzlich zeichnet sich außerdem ab, dass Zeitepochen, Regionen und Typen von Kulturerbe unausgewogen repräsentiert sind. Stark vertreten sind beispielsweise historische Gebäude oder Denkmale, die in religiösen Zusammenhängen stehen oder Herrscherkulturen mit

[16] Siehe: Deutsche UNESCO-Kommission zur Global Strategy. Quelle: https://www.UNESCO.de/kultur-und-natur/welterbe/welterbe-weltweit/globale-strategie-repraesentative-ausgewogene-liste
[17] Siehe: International Council on Monuments and Sites: The World Heritage List: Filling the Gaps - an Action Plan for the Future. An Analysis by ICOMOS, February 2004, S. 19
Hier beispielhaft dargestellt verschiedene Kategorien wie sie über die Welterbestätten in den jeweiligen Regionen vertreten sind.
[18] Siehe: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization / Intergovernmental Committee for the Protection of the World Cultural and Natural Heritage: Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention, Representative, Balanced and Credible World Heritage List, S. 24-27, Juli 2021
[19] International Council on Monuments and Sites: The World Heritage List: Filling the Gaps - an Action Plan for the Future. An Analysis by ICOMOS, February 2004


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

ihren repräsentativen Architekturen. Unterrepräsentiert sind hingegen grundsätzlich die Naturerbestätten gegenüber von Kulturerbestätten. Wenig repräsentiert sind diverse Nomadenkulturen, Routen oder Gedenkstätten und Mahnmale.[20]

Die Idee, mit dem Aktionsprogramm der Global Strategy die vielfältigen Ungleichgewichte auf der Welterbeliste zu beheben, entstand bereits Mitte der 80er Jahre und wurde nach unterschiedlichen Bemühungen 1994 bei einem Expertentreffen ausgearbeitet. Seither wurde die Globale Strategie stetig weiterentwickelt. 2002 haben sich die Vertragsstaaten der Welterbekonvention in der Budapester Erklärung[21] auf vier Strategische Ziele verständigt, welche 2007 in Neuseeland[22] um ein weiteres Ziel ergänzt worden sind. Die Ziele der Globalen Strategie sind in den sogenannten 5 C`s verankert. Im Juni 2015 fand ein Symposium der Kultusministerkonferenz zum Thema „Schritte zur Umsetzung der Global Strategy in Deutschland – die 5Cs als Motor zur Erzielung eines nachhaltigen Umgangs mit dem Welterbeprogramm“ in Leipzig statt, wozu die Handreichung der Kultusministerkonferenz der Länder herausgebracht wurde. Die 5 C’s stehen für „Credibility“, „Effective Conservation“, „Capacity Building“, „Communication“ und „Community Involvement“ und beinhalten (hier ausschnitthaft dargestellt):

***Credibility*** *(Stärkung der Glaubwürdigkeit der Liste):*

- *Zurückhaltung bei Neueinträgen aus den Ländern, die bereits stark vertreten sind.*
- *Präferenz von Natur- vor Kulturerbe*

***Effective Conservation*** *(Sicherstellung der wirksamen Erhaltung der Welterbestätten):*

- *Erhalt und Sicherung vor neuen Einträgen*
- *präventive Methoden eines vorausschauenden Monitorings, Gutachten und Untersuchungen zur Sicherung von Authentizität und visueller Integrität sowie wirksame Managementpläne beziehungsweise Managementsysteme*

***Capacity Building*** *(Förderung des wirksamen Aufbaus von Kapazitäten in den Vertragsstaaten, das Welterbe zu erhalten):*

- *in den Vertragsstaaten der Welterbekonvention, die nicht oder nur unzureichend über die rechtlichen, institutionellen und finanziellen Voraussetzungen verfügen, Kapazitäten aufzubauen, das Welterbe zu erhalten, zu sichern und zu pflegen*
- *International engagieren; z.B. über Kooperations- und Bildungsangebote; Netzwerken wie der Organisation der Welterbestädte*[23]

***Communication*** *(Förderung des öffentlichen Bewusstseins, der öffentlichen Beteiligung und Unterstützung für das Welterbe)*

- *Transparenz stärken und so das Verständnis für das Welterbe fördern.*
- *Notfallplanung als Routine-Bestandteil des Welterbemanagements bis hin zur Entwicklung von Dokumentations- und Inventarisierungsstrategien*
- *Ziele des Welterbeprogramms noch stärker zu vermitteln, um Politik und Gesellschaft für die vielfältigen Aufgaben, Vorteile und Herausforderungen zum Schutz und Erhalt des Kultur- und Naturerbes zu sensibilisieren.*

***Community Involvement*** *(Stärkung der Rolle der Gemeinschaften bei der Durchführung der Welterbekonvention):*

[20] Das hier beispielhaft genannte Erbe dieser Kulturen ist auch deshalb weniger auf der Welterbeliste vertreten, weil hier oft die übergeordneten institutionellen Einrichtungen aus unterschiedlichen Gründen nicht vorhanden sind.
[21] Quelle: http://whc.UNESCO.org/en/decisions/1217/
[22] Quelle: https://whc.UNESCO.org/en/sessions/31COM
[23] Die Hansestädte Weimar und Stralsund haben beispielsweise die Deutsche Stiftung Welterbe gegründet, mit der gefährdete (potenzielle) Welterbestätten außerhalb Deutschlands unterstützt werden, um einen Beitrag zur Ausgewogenheit der Welterbeliste zu leisten. Die Projekte der Stiftung konzentrieren sich vornehmlich auf finanzielle Unterstützung als auch von Knowhow und Vermittlung von Fachleuten, vornehmlich in Ländern, die diese nicht leisten können.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

- *Einbeziehung der lokalen Gemeinschaften bei der Identifizierung, der Nominierung, dem Schutz sowie der nachhaltigen Nutzung und der Entwicklung von Welterbestätten.*[24]

#### 1.5.2.2. Resolution der Deutschen UNESCO-Kommission zum UNESCO-Welterbe von 2006

Richtungsweisend für die Ausrichtung der UNESCO-Welterbestätten in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit kann auch die Resolution der Deutschen UNESCO-Kommission zum UNESCO-Welterbe von 2006 oder die Bekennung zur Agenda 2030 gelesen werden.
2006 verabschiedet die Deutsche UNESCO-Kommission eine Resolution zum UNESCO-Welterbe, in der sie alle in Deutschland politisch und fachlich zuständigen Institutionen auf Deutschlands Verantwortung als Vertragsstaat der Welterbekonvention zu stärken sucht und dazu unter anderem auffordert, die Welterbestätten:

*„ …zu Orten der interkulturellen Begegnung und zu Vermittlern der Ideale der UNESCO zu machen.*
*„i) die deutschen UNESCO-Welterbestätten als Teil eines weltweiten Netzwerks zur internationalen Kooperation und des interkulturellen Dialogs zu begreifen und in diesem Sinne zu entwickeln,*

*j) die Bildung von internationalen Partner- und Patenschaften deutscher Welterbestätten mit anderen bewahrenswerten, möglicherweise gefährdeten Orten weltweit zu fördern und deren Erhalt und Schutz gezielt zu unterstützen und im Rahmen der wirtschaftlichen Zusammenarbeit und Entwicklung verstärkt gezielte Unterstützung gefährdeter Welterbestätten zu leisten,*

*k) die deutschen UNESCO-Welterbestätten in die Lage zu versetzen, die Rolle, die sie international für die Außenwahrnehmung Deutschlands inzwischen erlangt haben, professionell, innovativ und in einer für ein anspruchsvolles internationales Publikum geeigneten Weise zu erfüllen,*

*[…]*

*…die Bildungs- und Öffentlichkeitsarbeit sowie das bürgerschaftliche Engagement für die Welterbestätten zu intensivieren und dazu insbesondere…*
*n) den Bildungsauftrag der deutschen Welterbestätten durch engere Kooperation mit Schulen, insbesondere den UNESCO-Projektschulen, weiter zu entwickeln und die Kenntnis des deutschen und weltweiten Welterbes im Unterricht zu verankern,*

*o) in Zusammenarbeit mit geeigneten Institutionen ein breit angelegtes Fortbildungs- und Informationsprogramm für Entscheidungsträger, Fachleute, Journalisten, Lehrer, Gästeführer und andere Multiplikatoren zu initiieren und Forschungsprojekte von Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen im Welterbebereich in Deutschland zu initiieren und zu fördern,*

*p) das bürgerschaftliche Engagement für Welterbestätten und die Identifikation der Bürgerinnen und Bürger für ihr Welterbe durch die Bildung von lokalen Freundeskreisen und die Errichtung von Bürgerstiftungen zu stärken,*

*q) sich an der Ausrichtung des Welterbetages am ersten Sonntag im Juni jeden Jahres aktiv zu beteiligen und somit dazu beizutragen, dass dieser Tag weiter an Bedeutung gewinnt. “*[25]

[24] Vgl: Sekretariat der Kultusministerkonferenz (Hrsg): Handreichung der Kultusministerkonferenz der Länder zum UNESCO-Welterbe. Okt. 2017, Seite 10 ff.
[25] Deutsche UNESCO-Kommission, Resolution zum UNESCO-Welterbe in Deutschland, Hildesheim, 28. bis 29. Juni 2006


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

#### 1.5.2.3. Bekennung der Deutschen UNESCO-Kommission zur Agenda 2030

2016 fordert die Deutsche UNESCO-Kommission in einer Stellungnahme, die kulturelle Dimension der Nachhaltigkeitsstrategie Agenda 2030 zu stärken.
Die Agenda 2030 erklärt: „Wir sind uns der natürlichen und kulturellen Vielfalt der Welt bewusst und erkennen an, dass alle Kulturen und Zivilisationen zur nachhaltigen Entwicklung beitragen können und sie in entscheidendem Maße ermöglichen."

Die Deutsche UNESCO-Kommission empfiehlt und betont in diesem Zusammenhang (hier ausschnitthaft zusammengefasst):

- *Ein kulturell sensibler Begriff der Nachhaltigkeit unterscheidet nicht zwischen ökologischen und sozial-ökonomischen SDGs[26], sondern betont die unauflöslichen Mensch-Umwelt-Kultur Beziehungen.*

- *Gesellschaftliche Transformation und Innovation ist vor allem eine kulturelle Aufgabe. Dazu ist die kollektive Entwicklung neuer Narrative ebenso Voraussetzung wie die Überprüfung von Deutungs- und Sinnzusammenhängen.*

- *Die Vielfalt kultureller Ressourcen unserer Gesellschaft ist Wegweiser zur Stärkung einer nachhaltigen Entwicklung. Sie sollte gezielt angesprochen, gewürdigt und genutzt werden. Gemeint sind unterschiedliche kulturelle Ressourcen wie (post-)migrantische Gemeinschaften, Religionsgemeinschaften, Vereine und Verbände, organisierte und unorganisierte „Sub-Kulturen".*

- *Das Naturerbe und das materielle kulturelle Erbe stehen prototypisch für das, worauf sich eine Gesellschaft einigen kann, um es für die Zukunft zu erhalten (to sustain),*

- *Die Formen des Immateriellen Kulturerbes umfassen nach der UNESCO-Definition jenes menschliche Wissen, Können, Kreativität und Erfindergeist, welches Identität und Kontinuität vermittelt und aktiv weitergibt. Es schließt Wissen um die Natur oder Handwerkskünste ein. Dieses immaterielle kulturelle Erbe, oft praktiziert in intakten, zukunftsfähigen Kulturlandschaften, ist eine bislang wenig genutzte Ressource für eine nachhaltige Zukunft.*[27]

Hinter all den Bemühungen im Einzelnen steht implizit auch die Intension, den Fokus vermehrt auf die Weltgemeinschaft beziehungsweise auf gegenseitige Abhängigkeiten und damit auf den Verbund der Welterbe-Gemeinschaft zu richten.

[26] Sustainable Development Goals
[27] Aus: Die Deutsche UNESCO-Kommission: Die kulturelle Dimension der Nachhaltigkeit stärken! Stellungnahme der Deutschen UNESCO-Kommission zum Regierungsentwurf der Deutschen Nachhaltigkeitsstrategie vom 31. Mai 2016 https://www.UNESCO.de/sites/default/files/2018-03/NachhaltigkeitsstrategieDUKKommentar2016.pdf


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

# 2. WELTERBEROUTEN

Im Zuge der Entwicklung einer Netzwerkstrategie soll auch eine Welterberoute zwischen den drei Weltererbestätten Schleswig-Holstein in Betracht gezogen werden.
Grundsätzlich kann man davon ausgehen, dass eine wie auch immer beworbene physische Route per se darauf ausgelegt ist, das Reisen und damit den Tourismus zu motivieren und somit die Zahl der Besucher*innen steigen lassen würde. Es wird in dem Leistungsverzeichnis gleichzeitig darauf verwiesen, dass die Steigerung der touristischen Besucherzahlen von allen drei Stätten nicht gewünscht ist.
Es stellt sich daher die Frage, welche Möglichkeiten in diesem Rahmen bestehen? Zusammen mit den Vertreter*innen der Welterbestätten und in der Umfrage wurden verschiedene Parameter zur Entwicklung der Welterberoute Schleswig-Holstein diskutiert und eruiert.

## 2.1. Rechtliche Einordnung der Verwendung des Labels „Welterberoute“

Solange die Entwicklung einer touristischen oder motivierenden Route ausschließlich eine Empfehlung für die Nutzung einer Strecke, eines Weges, einer Straße von UNESCO-Welterbestätte A zu UNESCO-Welterbestätte B oder C impliziert, bringt die Verwendung des Begriffs „Weltereberoute“ keine weiteren Auflagen mit sich.
Nicht ohne weiteres verwendbar ist in diesem Zusammenhang die UNESCO-Auszeichnung. Bei der Verwendung des UNESCO Labels oder der Nutzung des Akronyms müssen mindestens folgende Aspekte zugrunde liegen:

*Sowohl der Name, das Akronym und das Logo der UNESCO als auch das Emblem der Welterbekonvention sind international geschützte Zeichen. In Deutschland nimmt die DUK[28] den Schutz der sich daraus ergebenden Rechte wahr, u.a. mithilfe des Patent- und Markenrechts.*
*Die Nutzung des Namens und des Akronyms der UNESCO und des Welterbestättenlogos (s.u.) ist grundsätzlich nur nach ausdrücklicher Autorisierung durch die DUK möglich; falls zudem die Autorisierung durch die UNESCO erforderlich ist, holt die DUK diese ein. Allein die UNESCO ist berechtigt, das UNESCO-Logo ohne Zusatz zu verwenden.*

Im Hinblick auf eine mögliche Autorisierung der Nutzung des Labels oder Akronyms UNESCO wäre der Träger dieser Welterberoute zu bestimmen, um dann damit an die Deutsche UNESCO-Kommission heranzutreten. Dies setzt eine nichtkommerzielle Nutzung voraus:

*(i) Nur die DUK kann die Nutzung des Welterbestättenlogos autorisieren; wo zusätzlich die UNESCO-Autorisierung nötig ist, holt dies die DUK ein. Durch Anerkennung einer Stätte als UNESCO-Welterbe erlangen die für Welterbestätten „zuständigen Behörden“ laut Durchführungsrichtlinien das Recht, ein Welterbestättenlogo für nichtkommerzielle Zwecke zu erhalten. Die „zuständigen Behörden“ („agencies responsible for site management“) umfassen alle autorisierten öffentlichen Stellen einer Welterbestätte – dies ist das im Welterbe-Antrag benannte, administrativ verantwortliche „Verwaltungssystem“. Die DUK autorisiert das jeweilige Verwaltungssystem nach Anerkennung im Allgemeinen pauschal und unbefristet, das spezifische Welterbestättenlogo für nichtkommerzielle Zwecke selbst zu nutzen.*
[…]
*(iv) Das Verwaltungssystem darf Dritte nicht autorisieren, das Welterbestättenlogo zu nutzen.*

[28] Abkürzung: Deutsche UNESCO-Kommission


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

*(v) Die pauschale Autorisierung kann über das engere Verwaltungssystem des Welterbe-Antrags nachträglich auf weitere zuständige öffentliche Stellen und Einrichtungen oder Trägereinrichtungen und von diesen zur Wahrnehmung ihrer Interessen beauftragte Stellen ausgeweitet werden. Dazu kann das Verwaltungssystem der DUK jederzeit schriftlich begründete Vorschläge unterbreiten. Gleiches gilt für Rechtsnachfolger aufgelöster Behörden. Beispiel: im Falle von innerstädtischen Baudenkmälern u.a. der öffentliche Träger der Stätte selbst, das Kulturamt, die Denkmalschutzbehörde, die Tourismusbeauftragten oder das Rathaus, ggf. auch Landes- oder Bundesbehörden.*[29]

Ein weiterer, aber längerer Weg zur Autorisierung könnte über die Entwicklung einer neuer UNESCO-Welterbe-Route führen.[30]

### 2.2. Interessen und spezifische Bedarfe

In dem Leistungsverzeichnis für den Dienstleistungsauftrag der Entwicklung einer Netzwerkstrategie Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holstein vom Ministerium für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein wird ausdrücklich keine qualitative Steigerung der Tourist*innen an den Stätten und außerdem besondere Rücksichtnahme im Hinblick auf die Verantwortung der Stätten für Nachhaltigkeit betont.
Alle Vertreter*innen der Welterbestätten in Schleswig-Holstein machten in den Vorgesprächen, in den Umfragen und in den Workshops darauf aufmerksam, keinen weiteren CO2-Ausstoß mit Autorouten oder mit indirekter Beförderung des Flugverkehrs mit der Entwicklung einer Route fördern zu wollen. In der Umfrage kam eine Autoroute für niemanden infrage.[31]
Ausschließlich die Fahrrad-, Wander- und Virtuelle Route wurden ernsthaft in Betracht gezogen.
In diesem Zusammenhang sind auch die Nachhaltigkeitsempfehlungen der UNESCO zu benennen, die auf die Agenda 2030 Bezug nehmen und sich wie folgt in dem Richtlinienpapier von 2015 darstellen:

*Die Welterbekonvention fördert nachhaltige Entwicklung und insbesondere ökologische Nachhaltigkeit, indem sie Orte mit außergewöhnlichem Naturerbewert in Wert setzt und bewahrt, die über außergewöhnliche Biodiversität, Geodiversität oder andere außerordentliche Naturmerkmale verfügen und für das menschliche Wohlergehen essenziell sind. Die Sorge um ökologische Nachhaltigkeit sollte jedoch gleichermaßen für Kultur- und gemischte Welterbegüter einschließlich Kulturlandschaften gelten. Bei der Umsetzung der Konvention sollten die Vertragsstaaten daher die ökologische Nachhaltigkeit im Allgemeinen bei allen Welterbegütern fördern, um Politikkohärenz und gegenseitige Unterstützung mit anderen multilateralen Umweltabkommen zu sichern. Dies schließt die verantwortungsvolle Interaktion mit der Umwelt sowohl bei Kultur- als auch bei Naturgütern ein, um die Reduzierung und Erschöpfung natürlicher Ressourcen zu vermeiden, langfristig Umweltqualität zu sichern und die Resilienz gegenüber Katastrophen und Klimawandel zu erhöhen.* […] [32]

[29] Leitfaden zur Nutzung des Namens und Akronyms der UNESCO und des Welterbeemblems durch die Welterbestätten un Deutschlan
[30] Siehe unter Kapitel 2.4. „Ermittlung möglicher Partner beziehungsweise Träger & Darstellung von möglichen Routen unter Berücksichtigung bereits vorhandener“
[31] Siehe Anlagen 06–08: Auswertung Umfragen
[32] Siehe: „Richtlinienpapier zur Einbeziehung einer Perspektive der nachhaltigen Entwicklung in die Prozesse der Welterbekonvention“, angenommen durch die Generalversammlung der Vertragsstaaten der Welterbekonvention auf ihrer 20. Sitzung (UNESCO, 2015), Absatz III, „Dimension nachhaltiger Entwicklung“ PDF, Seite 4–6;
Quelle: https://www.UNESCO.de/sites/default/files/2018-02/Richtlinienpapier%20Welterbe%20und%20Nachhaltige%20Entwicklung.pdf


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 2.3. Identifizierung möglicher Zielgruppen und ihrer Bedarfe

Offen bleibt dabei grundsätzlich die Frage der Zielgruppen, die von dem Angebot angesprochen werden sollten.
Selbst wenn es für Wander- und Radrouten Zielgruppen gibt – die in Zeiten eingeschränkter Reisemöglichkeit zukünftig sicher auch wachsen wird – bleibt fragwürdig, ob diese Zielgruppe hunderte Kilometer[33] zu Fuß oder mit dem Fahrrad zurücklegt und das spezifische Interesse an den Werten der sehr unterschiedlichen UNESCO-Welterbestätten mitbringt. Mit dem UNESCO-Weltkulturerbestätten Grenzkomplex Haithabu und Danewerk sowie der Altstadt Lübeck und der UNESCO-Weltnaturerbestätte Wattenmeer werden zwei grundlegend unterschiedliche Interessen – nämlich primär Kultur- und Naturerlebnisse – angesprochen. Ein Aspekt, der von den Vertreter*innen der UNESCO-Welterbestätten Schleswig-Holstein mehrfach angesprochen worden ist und der sich in den Umfragen manifestiert.
Lübeck spricht primär die Interessensgebiete Kulturerlebnisse, Geschichtsinteresse, Hochkultur sowie Wissenschaft & Forschung an. Haithabu und Danewerk Geschichtsinteresse, Kultur- und Naturerlebnisse und das Wattenmeer Schleswig-Holsteins ist vor allem von Naturerlebnissen, Ruhe und Entspannung geprägt.

Eine Auseinandersetzung unterschiedlicher Zielgruppen mit ihren spezifischen Interessen über eine verbindende Reiseroute zu bewirken, erscheint daher eher nicht zielführend.

### 2.4. Ermittlung möglicher Partner beziehungsweise Träger und Darstellung von möglichen Routen unter Berücksichtigung bereits vorhandener

Wie bereits oben beschrieben, besteht auch die Möglichkeit einer eingetragenen UNESCO-Weltererbe-Route. Hier bestünde der Vorteil klar in der stark qualitativen Wertschätzung gegenüber einer rein touristisch motivierenden Route.
Eine Autorisierung durch die UNESCO kann ferner mit einer Eintragung in die Welterbeliste einhergehen. Für die Eintragung einer neuen UNESCO-Welterbe-Route zwischen den drei Welterbestätten in Schleswig-Holstein sehen wir unter dem gegebenen Auftrag allerdings kein großes Potenzial. Die Richtlinien für die UNESCO-Welterbe-Routen legen fest:

*a). The requirement to hold exceptional universal worth should be recalled.*
*b). The concept of heritage routes:*
*- is based on the dynamics of movement and the idea of exchanges, with continuity in space and time;*
*- refers to a whole, where the route has a worth over and above the sum of the elements making it up and through which it gains its cultural SIGNIFICANCE;*
*- highlights exchange and dialogue between countries or between regions;*
*- is multi-dimensional, with different aspects developing and adding to its prime purpose which may be religious, commercial, administrative or otherwise.*
*c). A heritage route may be considered as a specific dynamic type of cultural landscape, just as recent debates have led to their acceptance within the Operational Guidelines.*
*d). The identification of a heritage route is based on a collection of strengths and tangible elements, testimony to the significance of the route itself (see reference document*

[33] Die Strecke von Lübeck nach Haithabu beträgt rund 130 Kilometer. Von Haithabu nach Tönning (Wattenmeer) sind es rund 50 Kilometer. Von Tönning nach Lübeck rund 145 Kilometer. Quelle: Google-Maps

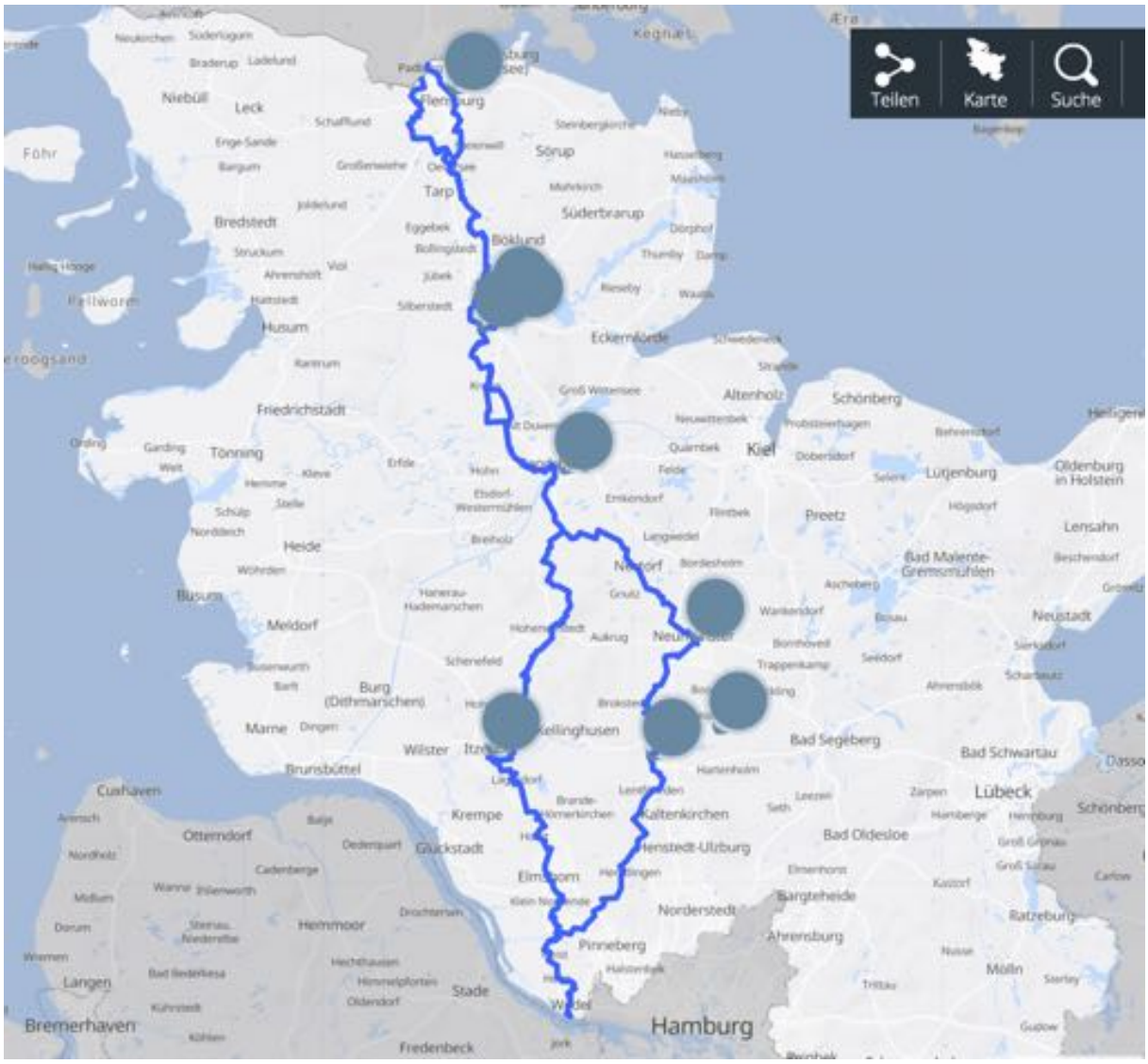

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

*in annex*
*e). The authenticity test is to be applied on the grounds of its significance and other elements making up the heritage route.*
*It will take into account the duration of the route, and perhaps how often it is used nowadays, as well as the legitimate wishes for development of peoples affected.*
*These points will be considered within the natural framework of the route and its intangible and symbolic dimensions.*
*f). The experts propose the following addition to the Operational Guidelines. The new paragraph would follow paragraph 40. This proposal is put forward at the same time as the suggestions made by the other meeting of experts held in Canada on the question of canals.*[34]

Eine Route mit dem historisch relevanten Potenzial zur UNECO-Welterbe-Route könnte die Pilger- und Handelsroute des Heerwegs (Hærvejen)[35] mit sich bringen. Es handelt sich dabei um den zentralen Fernweg, der vermutlich bereits seit der Steinzeit, spätestens aber seit der Bronzezeit Nordeuropa mit Mitteleuropa verband und der zum Beispiel auch das Wikingerzentrum Jelling mit dem Danewerk verbindet. Pilger, Fürsten, Bettler, Handwerker, Kaufleute und Viehtreiber nutzen die Wege. Vor allem in Deutschland ist der Weg auch als Handelsweg unter dem Namen Ochsenweg bekannt, da ab Mitte des 14. Jahrhunderts mit der Entstehung der großen Städte zunehmend Ochsen von auswärts benötigt wurden.[36]
Lübeck und das Wattenmeer finden auf der Strecke, wie sie von der Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein beworben wird, jedoch keine Anbindung.

[34] Aus: United Nations educational, scientific and cultural organization, Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage world heritage committee, Eighteenth session Phuket, Thailand, 12-17 December 1994; Report on the Expert Meeting on Routes as a Part of our Cultural Heritage (Madrid, Spain, November 1994)
[35] „Der Hærvejen [Hærvejen/Ochsenweg] bestand aus mehreren Wegen, die über das zentrale Jylland von Nord bis Süd führte. Wenn ein Weg aufgepflügt war, wählte man einen anderen, und so entstanden mehrere Wege, die alle als Hærvejen bezeichnet wurden. Außerdem wurden Ochsen und Vieh in der Regel über andere Wege geführt als Fuhrwerke und Wanderer. Viele dieser Spuren trafen jedoch zusammen, wo Fjorde und Brücken waren, z.B. Immervad Bro und Poulsbro. In Sønderjylland wurde Hærvejen Ochsenweg genannt und ging südwärts über Schleswig weiter durch Europa zu den bedeutenden Pilgerzielen Rom und Santiago de Compostela".
Quelle: https://www.haervej.dk
[36] Siehe: Bikeline Radtourenbuch: Heerweg. Ochsenweg. Verlag Esterbauer GmbH, 2019, Seite 7 ff.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE



Hier zu sehen sind die Wege des sogenannten Ochsenweges oder des Herrweges, der noch weitere Wege beinhaltet.[37]

Der Jakobsweg ist in Spanien und Frankreich bereits auf der UNESCO-Welterbeliste. Auch in Deutschland gibt es ein Netz an „Wegen der Jakobspilger“, die zwar neben dem Danewerk auch Friedrichstadt nahe des Wattenmeeres und Lübeck einbinden, allerdings mit ihren vielfachen Verzweigungen nur unzureichend historisch nachvollziehbar sind. Eine weitere Recherche dazu müsste gesondert beauftragt werden.

[37] Siehe: https://www.sh-tourismus.de/aktivitaet/mit-dem-rad/ochsenweg


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Hier zu sehen das Netz der Wege der Jakobspilger auf einer Deutschlandkarte.[38]

Außerdem hervorzuheben sind die bereits bestehenden touristischen Routen wie die des UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V. Hier werden Welterbestätten mit den spezifischen Sehenswürdigkeiten in Deutschland verbunden, ohne jedoch konkrete Straßen oder Wege zu empfehlen. Die konkreten Straßennetze können über www.fernstrassen.info und www.dreamango.com ausgemacht werden. Eine dieser Routen „Vom Wattenmeer über Bremen,

[38] Copyright: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie, Frankfurt am Main (2020);
Quelle: https://sg.geodatenzentrum.de/web_public/gdz/themenkarten/wss-2020-05-jakobswege.pdf


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Lübeck und Wismar nach Stralsund und Sassnitz“ schließt bereits zwei der Schleswig-Holsteiner Welterbestätten ein.[39]
Neben den individuell erstellbaren Routen über gängige Anbieter wie zum Beispiel Google Maps, die über Apps für das Handy oder im Netz angeboten werden, besteht des Weiteren ein großes Angebot von Routen, die mehr oder weniger stark auf die Kultur- und die Naturerlebnisse Schleswig-Holsteins Bezug nehmen, die zum Teil Karten enthalten und eine individuelle Routenerstellung ermöglichen. Im Folgenden werden einige Anbieter*innen und Herausgeber*innen vorgestellt, die Routen in Schleswig-Holstein bereits mit unterschiedlichen Schwerpunkten im Programm haben. Dabei haben wir uns auf Anbieter*innen/Herausgeber*innen mit diversen Qualitäten und Schwerpunkten konzentriert, die vornehmlich keine Autorouten im Fokus haben.

| **Anbieter*innen/ Herausgeber*innen** | **Beschreibung** | **Link** |
|---|---|---|
| Kulturrouten des Europarates | Die 1987 vom Europarat ins Leben gerufenen Kulturrouten laden zu einer Reise durch Raum und Zeit ein und zeigen, wie das Erbe verschiedener Länder und Kulturen Europas zu einem gemeinsamen und lebendigen Kulturerbe beiträgt. Keine festen Straßen, sondern die geografische Verbindung über kulturell zusammenhängende Stätten in Europa stehen hier im Vordergrund. 1991 wurde eine Route der Hanse und 1993 die Route der Wikinger (allerdings ohne Deutschlandbezug) ausgezeichnet. | https://www.coe.int/de/web/cultural-routes |
| UNESCO-Welterbestätten Deutschland e.V. | Bewerbung von Touren/Routen über verschiedene Welterbestätten; ohne Karten oder spezifische Wegbeschreibungen.<br><br>Vgl. Verlinkung über: https://www.dreamango.com/de/tour/touristische-strassen/UNESCO-welterberoute-nr.-1/18401343/?utm_medium=referral&utm_source=embed&utm_campaign=embed-plugin-referral&utm_term=https%3A%2F%2Fwww.ferienstrassen.info%2F#dmdtab=oax-tab1<br><br>https://www.ferienstrassen.info/UNESCO-welterberouten/ | https://welterbedeutschland.de/vom-wattenmeer-ueber-bremen-luebeck-und-wismar-nach-stralsund-und-sassnitz/ |

[39] Siehe: https://welterbedeutschland.de/


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

| | | |
|---|---|---|
| Vermarktungsinitiative vom Ferienstraßennetz und der Grand Tour in Kooperation mit dem ADAC und Mitglied im Deutschen Tourismusverband (DTV) | Navigationsapp, Routenplaner mit touristischen Routen und Themenrouten und Welterberouten inkl. Schleswig-Holstein Tour mit Lübeck und Wattenmeer.<br>Vornehmlich für Autorouten.<br><br>Vgl. auch https://welterbedeutschland.de/vom-wattenmeer-ueber-bremen-luebeck-und-wismar-nach-stralsund-und-sassnitz/ | https://www.dreamango.com/de/tour/touristische-strassen/UNESCO-welterberoute-nr.-1/18401343/?utm_medium=referral&utm_source=embed&utm_campaign=embed-plugin-referral&utm_term=https%3A%2F%2Fwww.ferienstrassen.info%2F#dmdtab=oax-tab1<br><br>https://www.ferienstrassen.info/unescoUNESCO-welterberouten/ |
| Tourismus-Agentur Schleswig-Holstein GmbH | Tourismus in Schleswig-Holstein inkl. diverser Radrouten (Themenrouten) mit Karten, verschiedenen Sehenswürdigkeiten, Übernachtungsmöglichkeiten, Quartiere für Fahrradfahrer*innen (Büro Oeding https://www.radlerquartiere.de). Darunter unter anderem dem Ochsenweg, Wikinger-Friesen-Weg, Möchsweg | https://www.sh-tourismus.de/aktivitaet/mit-dem-rad |
| Gebietsgemeinschaft Grünes Binnenland e.V.<br>Gefördert durch Schleswig-Holstein – der echte Norden Landesprogramm Wirtschaft: EU – EFRE, Bund Land SH | Vgl. auch Radroute mit Karte (mit GPS-Track) bei www.sh-tourismus.de<br>Hier: Einzelbewerbung der Grenzroute inkl. Sehenswürdigkeiten, Museen, Unterkünfte und Veranstaltungen, Radmietstationen, Hörstationen | https://www.grenzroute.de/startseite/ |
| Gebietsgemeinschaft Grünes Binnenland e.V.<br>Gefördert durch Schleswig-Holstein – der echte Norden Landesprogramm Wirtschaft: EU – EFRE, Bund Land SH | Vgl. auch Radroute mit Karte (mit GPS-Track) bei www.sh-tourismus.de<br>Hier: Einzelbewerbung des Wikinger-Friesen-Wegs inkl. Sehenswürdigkeiten, Museen, Unterkünfte und Veranstaltungen, Radmietstationen, Hörstationen | https://www.wikinger-friesen-weg.de/startseite/ |



PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

| | | |
|---|---|---|
| komoot GmbH | Routenplaner und eine Navigations-App mit Karte, ein Tourenverzeichnis und ein soziales Netzwerk für Outdoor-Aktivitäten.<br>Haithabu und Danewerk Touren sind bereits enthalten.<br><br>Basiert auf: OSM-Karten | https://www.komoot.de/collection/1155985 |
| Outdooractive AG | Infos für das Wandern, Radfahren oder Bergsteigen.<br>Inkl. Routenplaner und diversen vorgeplanten Touren mit Infos zu Sehenswürdigkeiten, Museen, Gastro und Unterkünften<br><br>Basiert auf: Google Maps<br>(Inkl. topografische Karten auf Basis amtlicher Daten, die alle) | https://www.outdooractive.com/de/wanderwege/binnenland-schleswig-holstein/wandern-in-schleswig-holstein/2094035/ |
| Matthias Kästner | Professioneller Reise-Blog mit diversen Routen (ohne Karten), Tipps und Ratschlägen für alternativ Reisende. Mit fotografischen Eindrücken.<br>Beinhaltet auch zwei Schleswig-Holstein Trips mit Natur- und Kulturerlebnishighlights. | https://travel-du.de/4847/schleswig-holstein-sehenswuerdigkeiten-route-nordsee-ostsee/ |
| Bikemap GmbH | Routen mit Karten von Radfahrenden für Radfahrende mit Option der Verlinkung zu Blogs, Hinzufügen von Fotos und Texten.<br><br>Basiert auf: Google Maps | https://www.bikemap.net/de/l/2838632/ |
| Frank Johner | UNESCO-Welterbe in Deutschland besuchen.<br>Diverse Touren rund um die Weltnatur- und Weltkulturerbestätten in Deutschland inkl. Beschreibung des Immateriellen Kulturerbes | https://www.welterbetour.de/haithabu-danewerk<br>https://www.welterbetour.de/wattenmeer<br>https://www.welterbetour.de/altstadt-luebeck |

### 2.5. Markt- und Risikobetrachtung einschließlich der Wettbewerbssituation in Bezug auf touristische Belange

Wie oben dargestellt ist das Angebot an touristischen Routen und Portalen bereits sehr reichhaltig und zum Teil qualitativ mit Inhalten oder weiterführenden Inhalten versehen und sogar durch diverse Angebote des Landes Schleswig-Holstein selbst vertreten. Individuell können sich Interessierte ggf. selbst ihr Routen interessensspezifisch gestalten. Vor diesem


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Hintergrund und vor dem Hintergrund der grundsätzlichen Infragestellung der Vernetzung durch Routen in Form von Straßen oder Wegen würden wir vorschlagen – sofern die Welterberoute Schleswig-Holstein trotz alle dem weiterentwickelt werden soll – die bereits umfangreich bestehenden Routen und zum Teil auch schon an die Stätten andockenden Routen direkt auf den entsprechenden Portalen zu erweitern und mit entsprechenden qualitativen Informationen und bestehenden Vermittlungsformaten der UNESCO-Welterbestätten und Informationen zum UNESCO-Weltkulturerbe anzureichern. Mit einer externen inhaltlichen Kuration würde sich zum Beispiel die TASH oder der Anbieter Gebietsgemeinschaft Grünes Binnenland e.V., der bereits mit Unterstützung des Landes Schleswig-Holstein die beiden Routen zum Wikinger-Friesen-Weg und zum Grenzweg in Schleswig-Holstein ausgebaut hat, anbieten. Diese Akteure würden von ihrem bestehenden Netzwerk, von den Kenntnissen vom Umland und seiner Infrastruktur profitieren.
Grundsätzlich halten wir eine touristisch motivierende und unter „Welterberoute Schleswig-Holstein“ auftretende Vernetzung der schleswig-holsteinischen UNESCO-Welterbestätten nicht für empfehlenswert. Diese könnte gegenüber der UNESCO-Welterbe-Route schnell wie eine Karikatur wirken.[40] Und die Stätten sind bereits – wie im Leistungsverzeichnis beschrieben – touristisch stark ausgelastet.
Um die Qualität in den Vordergrund zu stellen und das Wissen um die Welterbestätten in Schleswig-Holstein zu verbreiten, bedarf es primär der starken Kommunikation von verbindenden und vielseitigen Inhalten über andere, nicht-reisemotivierende Medien. Dazu bringen die drei schleswig-holsteinischen Welterbestätten eine reiche Geschichte mit sich, die sich über Narrative geradezu vorbildhaft entsprechend der Bestrebungen der UNESCO einer ausgewogenen, repräsentativen Liste des Erbes der Welt vermitteln lassen. Sie verbinden die jeweils als Fläche angelegte Wertschätzung von diversen Kulturen, Zeiten und markieren im Ensemble eine besondere Vielfalt von geschützten Natur- und Kulturstätten in Schleswig-Holstein.
Für die Bewerbung der Welterbestätten und Schleswig-Holsteins einmaliger Kultur- und Naturstätten würden wir Formate vorschlagen, die mehr im Sinne der schleswig-holsteinischen Welterbestätten und der UNESCO-Empfehlungen stehen und nicht primär das Reisen an sich motivieren.

[40] Seit Jahrzehnten wird die einseitige Ausrichtung insbesondere der Nordamerikanischen und Europäischen Welterebestätten kritisiert, die sich bis heute vor allem Weltkulturerbestätten von repräsentativer einzelner Herrschaftsarchitekturen, christlicher Kulturen usw. ausmachen und damit eine sehr eindimensionale Geschichte von einzelnen widerspiegeln. Die UNESCO versucht dem durch eine ausgewogenere, repräsentative und glaubwürdige Welterbeliste seit 1994 mit der Ausarbeitung der Globen Strategie entgegenzuwirken. Auch die UNESCO-Welterbe-Routen (stärker) zählen zu den Bemühungen, eine größere Vielfalt der Menschen und Völker widerzuspiegeln.
„b). The nature of the concept is open. dynamic and evocative, bringing together the conclusions of the global strategic study striving to improve the recognition within Heritage "of the economic, social, symbolic and philosophical dimensions and constant and countless interactions with the natural environment in all its diversity".
Vgl: United nations educational, scientific and cultural organization, Convention concerning the protection of the world cultural and natural heritage world heritage committee, Eighteenth session Phuket, Thailand, 12-17 December 1994; Report on the Expert Meeting on Routes as a Part of our Cultural Heritage (Madrid, Spain, November 1994), Seite 1, Punkt 2


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

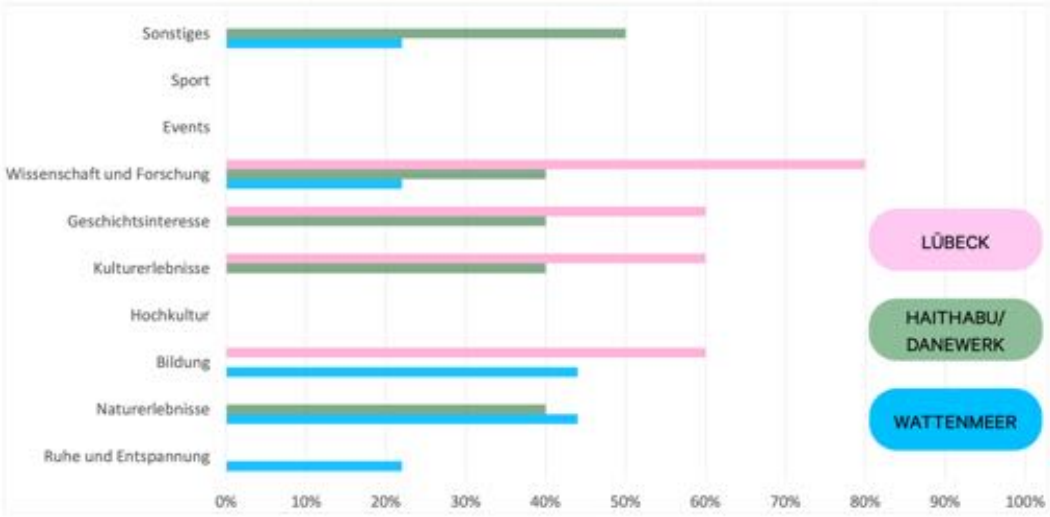
# 3. VERNETZUNG

## 3.1. Darstellung der spezifischen Ziele der Stätten Umfrage- und Workshopauswertungen

In den Umfragen und in der ersten Workshopreihe wurden die einzelnen Welterbestätten zu ihren Vorstellungen und Wünschen der Ausgestaltung des Netzwerkes Welterbe Schleswig-Holstein befragt. Sie spiegeln vornehmlich Tendenzen und Bedarfe wider und die einzelnen Antworten sind bedingt validierbar. Dennoch zeigen sie eine Richtung an. In der zusammengefassten Auswertung der drei Welterbestätten werden Schnittmengen, Differenzen und die jeweiligen Schwerpunkte der Einrichtungen sichtbar.

Auf die Frage, welche Aspekte in der Bildung und Vermittlungsarbeit der jeweiligen Stätte gestärkt werden sollen, wurden allein die Bereiche „Wissenschaft und Forschung“ von allen drei Welterbestätten genannt.[41]
„Bildung“ an sich ist zu diesem Zeitpunkt für den Archäologischen Grenzkomplex Haithabu und Danewerk ganz ausgeschlossen worden.

- 47% Wissenschaft und Forschung
- 35% Bildung
- 33% Geschichtsinteresse
- 33% Kulturinteresse
- 28% Naturerlebnisse




- Bürgerbeteiligung, Ehrenamt, Citizen Science, Präsentationen auf Events, Regionalentwicklung (Kommunen u. regionale Wirtschaft)
- stärkere Ansprache anderer Themenfelder nicht erforderlich
- Nachhaltigkeit

Auf die Frage, welche Projekte und Themen stärker gewichtet werden sollen, erscheinen bei dem Welterbe Wattenmeer „Nachhaltigkeit im Tourismus“ und „Klimawandel“ und bei Lübeck das

[41] Die Bewertungen bei diesen und in folgenden Fragen konnte über eine Skala gewichtet werden. In der Auswertung wurden Prozentpunkte und in der gemeinsamen Auswertung die durchschnittlichen Prozentpunkte angegeben.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Thema „Nachhaltigkeit“. Das sind aktuelle Themen, die auch die UNESCO für das Welterbe verstärkt in den Blick hat und ihren Ausdruck bereits in die Richtlinien gefunden haben, sodass wir hier durchaus Potenzial für gemeinsame Themen für alle Welterbestätten sehen.

**WATTENMEER**

- „Nachhaltiger Tourismus“
- „Vogelzug“
- „Klimawandel“
- „Einwanderung Neobiota“
- „Internationale Zusammenarbeit: wattenmeerweite Projekte mit DK/NL“

**LÜBECK**

- „Vervollständigung d. Inventarisation“
- „Hausmuseum“
- „Welterbezentrum“
- „Katastererstellung“
- „Bildung“
- „Digitaler Zwilling“
- „Risk Management“
- „Nachhaltigkeit“

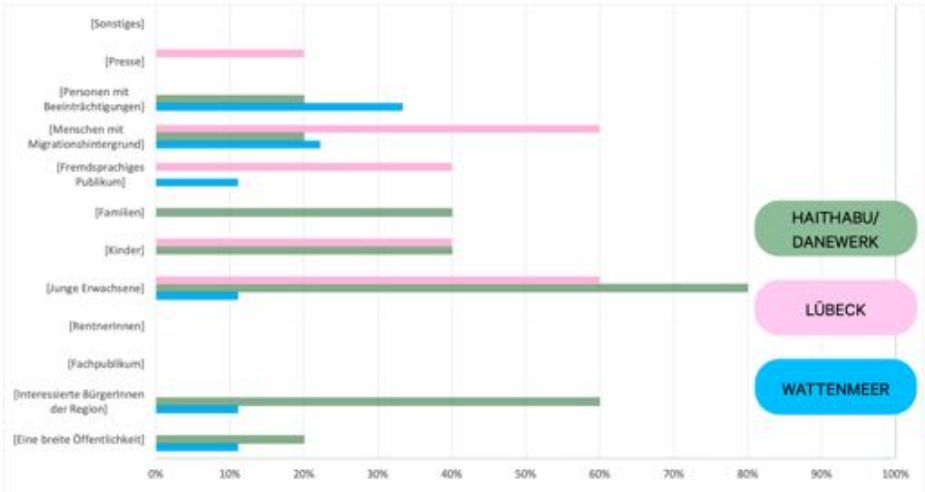
**HAITHABU/ DANEWERK**

- Citizen Science“
- „Bürgerbeteiligung“
- „Schulprojekte“
- „Digitales Storytelling für Flächendenkmal“
- „Digitale Erlebnisse (Storytelling und Mapping)“
- „Erreichbarkeit der interessierten Öffentlichkeit über soziale Medien und digitale Formate“
- „Mehrschichtigkeit der Wissensvermittlung über Einsatz digitaler Formate“

Übergreifend wurde der Wunsch geäußert, in der Bildung und Vermittlungsarbeit vor allem die folgenden Zielgruppen zu stärken:

- 50% Junge Erwachsene
- 34% Menschen mit Migrationshintergrund

Wobei die Vertreter*innen vom Wattenmeer Schleswig-Holstein vor allem verstärktes Interesse an Personen mit Beeinträchtigungen geäußert haben. Eine der Grundsätze der Bildungsarbeit des Nationalparks ist das Naturerlebnis an sich unmittelbarer Teil des Programms sein zu lassen. Das kann für viele Menschen mit Beeinträchtigungen ein Hindernis sein.

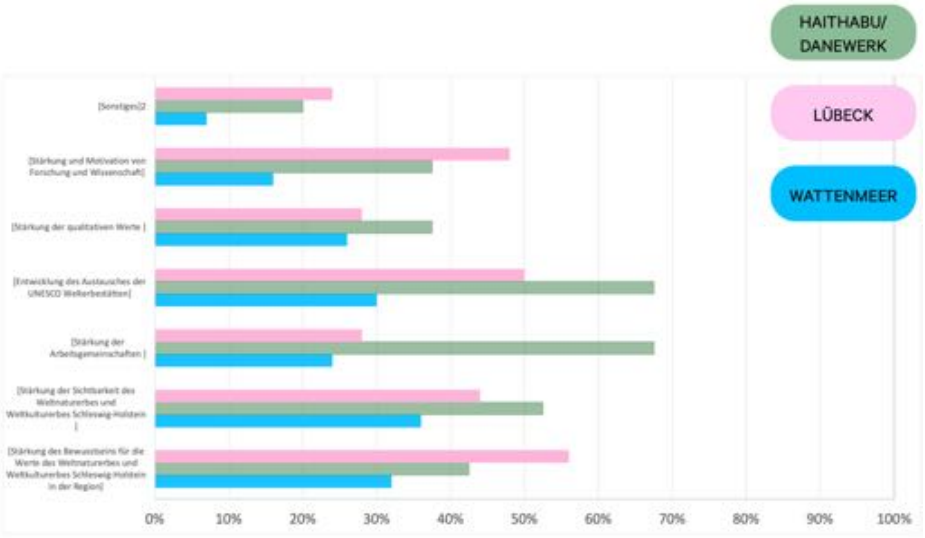




PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Bei der Frage nach den Potenzialen im gemeinsamen Netzwerk wurde von allen Welterbestätten alle Optionen ausgewählt:

- 49% Der Entwicklung des Austausches der UNESCO-Welterbestätten
- 44% Stärkung der Sichtbarkeit des Weltnaturerbes und Weltkulturerbes Schleswig-Holstein
- 44% Stärkung des Bewusstseins für die Werte des Weltnaturerbes und Weltkulturerbes Schleswig-Holstein in der Region
- 40% Stärkung der Arbeitsgemeinschaften
- 34% Stärkung und Motivation von Forschung und Wissenschaft
- 31% Stärkung der qualitativen Werte
- 17% Sonstiges




Zusammenfassend lässt sich sagen, dass alle Welterbestätten den Wunsch nach einem Zusammenwirken hier unterstreichen, wie es auch in den Gesprächen und Workshops betont wurde. Insgesamt signalisieren die Welterbe-Einrichtungen ein vielseitiges Interesse an der Netzwerkbildung. Die Bereiche Forschung und Wissenschaft innerhalb der Bildung- und Vermittlungsarbeit würden zwar alle gerne gestärkt sehen, innerhalb des Netzwerkes ist die Bewertung dann weniger prioritär beziehungsweise wird in diesem Bereich weniger Potenzial im Rahmen eines Netzwerks gesehen.
Für die Vernetzung der Welterbestätten gibt es unterschiedliche Ansätze und Motivationen. Um die Ziele für das Netzwerk besser einkreisen zu können, wurden diese in Kategorien eingeteilt und in der ersten Workshopreihe evaluiert:

Zusammenfassende Vernetzungspotenziale:

Wissenstransfer in eine breite Öffentlichkeit digital/analog/vor Ort:

- Qualitative Aufarbeitung von Welterbewissen und dabei auch Dimension des UNESCO-
- Welterbes bzw. dessen Wertekanon vermitteln (Global Strategy/ Sustainability/ Sustainablity
- Development Goals)
- Einbindung des Wissens zum Immateriellen Kulturerbe und Weltdokumentenerbe
- Entwicklung gemeinsamer Öffentlichkeitsformate und Auftritte zur Schaffung neuer


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Reichweite und Sichtbarkeit (Kampagnen, Messestände, interaktive Kommunikationsformate)
- Stärkung der Zusammenarbeit mit lokalen Partnerinnen und Partnern
- konkrete pädagogische Formate für Schulen
- stärkere Ansprache von jungen Erwachsenen und Menschen mit Migrationshintergrund

Wissenstransfer und Arbeitshilfe innerhalb des Netzwerke:
- Erfahrungsaustausch und gemeinsame Fortbildung
- neues Themengebiet gemeinsam erarbeiten, um entsprechend Aufmerksamkeit für die Umsetzungsmaßnahmen (Managementplan) zu generieren
- Wissenschaft und Forschung stärker gewichten
- Ressourcen-Sharing

Stärkung stehender Netzwerke:
- gestärkte Vertreterschaft für drei Stätten
- Sichtbarkeit in politischen Gremien
- Förderung & Finanzierung auf Landesebene
- Identität in Schleswig-Holstein stärken
- Potenziale der Tourismusagentur Schleswig-Holstein (TASH) stärker nutzen (im Sinne nachhaltiger Strategien)

Die Workshopteilnehmer*innen haben ihre Präferenzen angegeben und zum Teil mit konkreten Vorstellungen und Bedarfen für die Netzwerkbildung gefüllt.
Im gemeinsamen Fokus der Stätten stand vor allem der Wunsch, den Wissenstransfer nach Außen – also das in den Stätten gesammelte Wissen über das neue Format besser nach außen transportieren zu können. Dafür sahen einige den Wissenstransfer nach innen als unmittelbare Voraussetzung. Stark ausgeprägt bei allen Teilnehmer*innen zeigte sich auch das Anliegen mit der Netzwerkstrategie neue Reichweiten und Sichtbarkeit – in Form der Schaffung neuer öffentlichkeitswirksamer Formate und der Aktivierung entsprechender Kanäle – für das UNESCO-Welterbe zu schaffen.

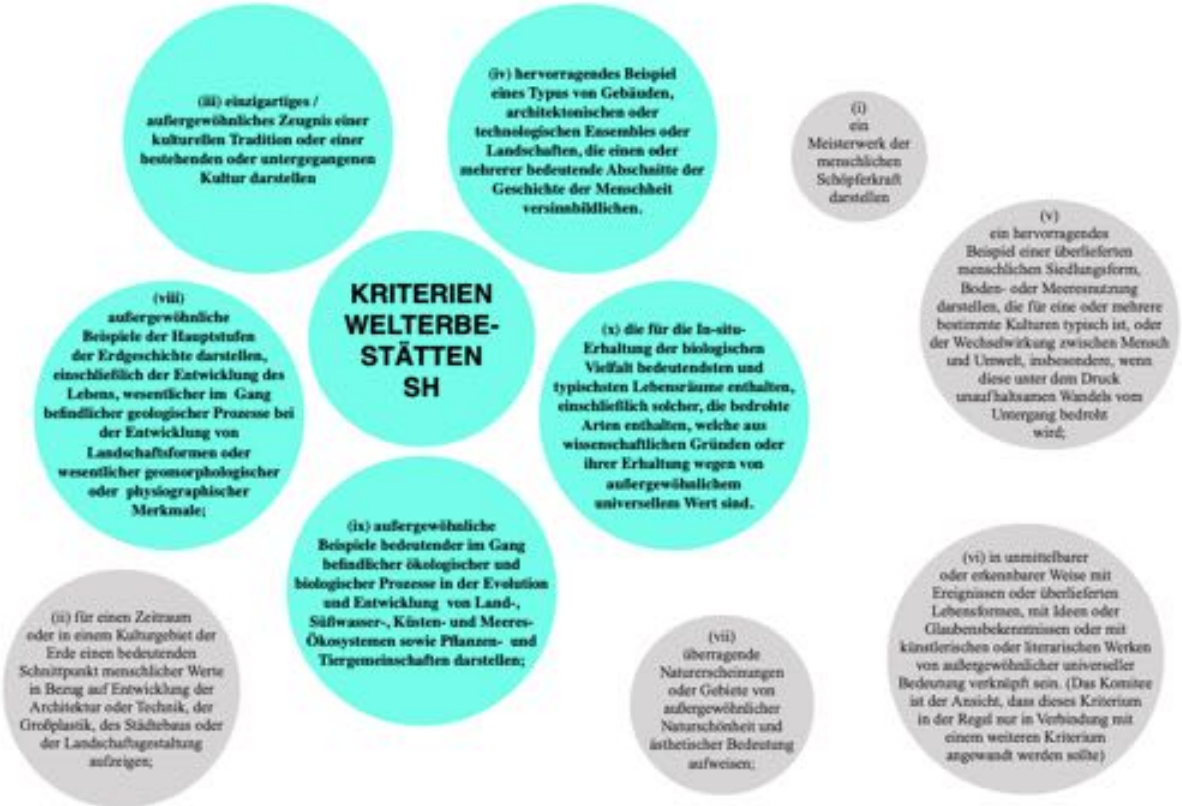
Die einzelnen Wünsche und Vorstellungen der Welterbestätten-Vertreter*innen waren sehr heterogen und stark von individuellen Bedarfen der Einrichtungen geprägt. Eine Schnittstelle fand sich über das breite Themenfeld Nachhaltigkeit (SDG Sustainability Development Goals, Nachhaltiger Tourismus und Lübeck brachte in einem Workshop außerdem Welterbe im Klimawandel auf).


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 3.2. Vernetzungspotenziale und potenzielle Zielstellungen im Netzwerkverbund Welterbe Schleswig-Holstein im Rahmen des UNESCO-Wertekanon

In der Arbeit der einzelnen Welterbestätten-Einrichtungen Schleswig-Holsteins finden sich unterschiedlich ausgeprägt, diverse Ansätze und Bezüge zu dem „Welterbe-Wertekanon“. In der öffentlichen Darstellung finden diese Aspekte jedoch bisher kaum und wenn nur implizit oder auf abstrakter Ebene Aufmerksamkeit.

Gerade im Rahmen eines „UNESCO-Wertekanons“ sehen wir bei den sonst inhaltlich und strukturell so stark heterogenen schleswig-holsteinischer Welterbestätten großes Potenzial für eine gemeinsame Außenkommunikation, Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Hier haben die Welterbestätten einen übergreifenden Ansatz und gemeinsame Themen, über die ein gemeinsamer Austausch und Ziele entwickelt werden können.
In einem gemeinsamen Aufritt der schleswig-holsteinischen Welterbestätten mit dem Immateriellen Kulturerbe und dem UNESCO-Weltdokumentenerbe würde sich bereits die Funktionalität, die Heterogenität und Komplexität des Welterbeprogramms im Kleinen gut widerspiegeln. Die drei Welterbestätten decken bereits 5 der 10 Kriterien ab und dabei gibt es nur eine einzige Überschneidung zwischen Lübeck und Danewerk/Haithabu (Kriterium iv).





PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

**Kulturerbestätten**

| Region | Anzahl der Stätten | Anzahl verwendeter Kriterien | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Kriterium … | | | | | |
| | | i | ii | iii | iv | v | vi |
| Afrika | 68 | 7 | 14 | 35 | 19 | 14 | 23 |
| Arabische Staaten | 68 | 16 | 27 | 45 | 44 | 20 | 22 |
| Asien und Pazifik | 154 | 53 | 89 | 104 | 89 | 28 | 60 |
| Europa und Nordamerika | 399 | 132 | 219 | 162 | 294 | 54 | 88 |
| Lateinamerika und Karibik | 80 | 21 | 44 | 37 | 70 | 15 | 13 |
| Gesamt | 759 | 229 | 393 | 383 | 516 | 123 | 206 |

**Naturerbestätten**

| Region | Anzahl der Stätten | Anzahl verwendeter Kriterien | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| | | Kriterium … | | | |
| | | vii | viii | ix | x |
| Afrika | 36 | 22 | 6 | 19 | 30 |
| Arabische Staaten | 6 | 3 | 1 | 1 | 1 |
| Asien und Pazifik | 57 | 33 | 20 | 34 | 34 |
| Europa und Nordamerika | 60 | 36 | 36 | 25 | 24 |
| Lateinamerika und Karibik | 36 | 21 | 12 | 23 | 29 |
| Gesamt | 193 | 114 | 77 | 102 | 120 |

**Gemischte Stätten**

| Region | Anzahl der Stätten | Anzahl verwendeter Kriterien | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| | | Kriterium … | | | | | | | | | |
| | | i | ii | iii | iv | v | vi | vii | viii | ix | x |
| Afrika | 6 | 1 | 0 | 2 | 2 | 1 | 0 | 1 | 1 | 2 | 1 |
| Arabische Staaten | 2 | 1 | 0 | 2 | 0 | 1 | 0 | 2 | 1 | 0 | 0 |
| Asien und Pazifik | 10 | 2 | 2 | 5 | 3 | 3 | 7 | 8 | 4 | 3 | 4 |
| Europa und Nordamerika | 10 | 4 | 3 | 8 | 6 | 6 | 2 | 8 | 3 | 4 | 3 |
| Lateinamerika und Karibik | 3 | 2 | 0 | 3 | 1 | 0 | 0 | 2 | 0 | 3 | 2 |
| Gesamt | 29 | 10 | 5 | 20 | 12 | 11 | 9 | 23 | 9 | 12 | 14 |

Gesamtverteilung der von 1978 bis 2013 in die Welterbeliste eingeschriebenen Stätten.[42]

Die Stätten bilden verschiedene Epochen, Kulturen, Objekte und Lebensräume ab. Die UNESCO-Welterbestätten in Schleswig-Holstein erstrecken sich alle über größere Flächen. Neben zwei Weltkulturerbestätten gibt es das grenzüberschreitende Weltnaturerbe Wattenmeer, das insgesamt nicht nur in der Fläche, sondern auch mit seinen Kapazitäten mehr Raum hat, sodass – im Verhältnis zu dem gesamten Welterbestätten-Ranking gesehen – dem Weltnaturerbe in Schleswig-Holstein eine große Rolle zugeschrieben wird.
Haithabu und Lübeck beinhalten Welthandelsgeschichte von über 1300 Jahren. Die Landschaftsgeschichte des Wattenmeers geht sogar bis 10.000 Jahren zurück. Zusammen betrachtet manifestieren die Geschichten auch die Bedingtheit des Menschen und seiner Umwelt und der Natur insbesondere der maritimen Einflüsse.
Zwei der Stätten haben bereits unmittelbare internationale Bezüge: das Wattenmeer als Trilaterale Welterbestätte von Dänemark, Deutschland und den Niederlanden und der Grenzkomplex Haithabu und Danewerk mit seinem Bezug zu Dänemark und darüber hinaus als Handelsstätte – und dies betrifft ebenfalls das Welterbe Lübeck – per se ein Tor zur Welt repräsentierend. Anhand der Handelsstädte zeigt sich die Bedingtheit von Kulturen mit ihren weltweiten Verflechtungen sehr deutlich, aber auch anhand der allgegenwärtigen Klimakrise, an der Invasion von Arten oder anhand von globalen Pandemien drängen sich die Zusammenhänge von ökologischen Systemen in der Natur auf. Auch die Bezüge zum Immateriellen Kulturerbe und dem Weltdokumentenerbe schaffen weitere Verbindungen außerhalb der Stätten, deutschlandweit sowie international und unterstreichen paradigmatisch, das das Kultur- wie das Natur-Erbe und nicht statisch sondern aus einem lebendigen Prozess entstehen.

[42] Aus: Marie-Theres Albert, Birgitta Ringbeck: „40 Jahre Welterbekonvention“; Walter De Gruyter GmbH Berlin/München/Boston, 2015

Die Themen sind nicht nur bei der UNESCO gerade wieder hochaktuell, sondern auch die Stimmen der Gesellschaft und die der Medien melden sich zunehmend.

Motiviert von diesen Ansätzen zu einer qualitativen Stärkung des Welterbeprofils, kann eine Lücke im Rahmen der Bildungs-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit der Welterbestätten geschlossen werden. Das Netzwerk der schleswig-holsteinischen Welterbestätten sollte dazu dienen, das Bewusstsein für das Erbe mit seiner besonderen Verantwortung, seinen Verflechtungen zur UNESCO und zur Welt zu schärfen und zunehmend dazu beitragen, in der Öffentlichkeit bekannte Vorurteile und Klischees zum Welterbe wie haltlose oberflächliche Vergleiche wie zu den Pyramiden von Gizeh abzubauen. Nur dann können die Welterbestätten ihr (Außen-)Profil (auch im Sinne ihrer Verantwortung gegenüber der UNESCO) weiterentwickeln, sich von Attraktionstourismus abgrenzen, den Dialog mit ernsthaft Interessierten aufbauen und damit nachhaltig wirken und die Interessen als Welterbestätten vertreten. In diesem Ansatz stecken die Potentiale:

- Stärkung der Identität der Einrichtungen als UNESCO-Erbe von innen
- Ausbau und Nutzung der Potenziale des UNESCO-Welterbe-Status: internationales breites
- Netzwerk von Welterbestätten und UNESCO-Einrichtungen, hohe Anerkennung, hohe Auflagen, starker „Vorbildcharakter“
- Wertekanon und das übergreifende Welterbeprogramm der UNESCO hinter den
- Welterbestätten Außenstehenden besser verständlich werden lassen
- Verständnis für die Vielseitigkeit und Zusammenhänge von UNESCO-Erbe zu stärken
- (Weltnaturerbe, Weltkulturerbe, Immaterielles Kulturerbe, Weltdokumentenerbe)
- Ressourcensparend und qualifizierend an aktuellen Themen arbeiten

### 3.3. Mehrwerte der Vernetzung

Unter der Voraussetzung, dass man langfristig zusammenwirkt und gleichzeitig sichtbar ist, kann das Welterbe und das Ansehen von dem Netzwerk profitieren:

- Erhöhte Sichtbarkeit und Relevanz von Welterbe und UNESCO-Wertekanon
- Differenzierteres Bild vom UNESCO-Welterbe kommunizieren; Welterbe Wertekanon vermitteln (mehr als ein Tourismuslabel)
- Kultur- und Naturerbe in Schnittmengenthemen zusammenführen
- Erhöhung der Reichweite außerhalb der eigenen Region
- Interessen der Welterbeeinrichtungen können in der Öffentlichkeit und von der Politik besser wahrgenommen und vertreten werden
- Eigene Handlungsspielräume erweitern
- Neue welterbespezifische Vermittlungs- und Bildungsformate


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 3.4. Umsetzungsmöglichkeiten des Bildungs- und Vermittlungsauftrages im Sinne des Landtagsbeschlusses

Insgesamt lässt sich für das Welterbe, vor allem für das Weltkulturerbe in Lübeck und Weltnaturerbe Wattenmeer Schleswig-Holstein, konstatieren, dass die Bildungs-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit der Welterbestätten in Schleswig-Holstein durch die Übertragung in andere Einrichtungen (Nationalpark, Museen, Kirchen und Nationalpark) immer von den individuellen Interessen und Bedarfen der jeweiligen Einrichtung durchzogen werden, die dem UNESCO-Welterbeprogramm an sich weitgehend gegenüber keine Verantwortung tragen, sodass der Bezug zum Welterbe für die Einrichtungen distanzierter ist und primär werbende Funktion hat.

Im Hinblick auf eine Zusammenarbeit oder ein sich gegenseitig bereicherndes Netzwerk zwischen den Welterbestätten in der Bildungs-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsarbeit fehlt damit eine substanzielle Basis innerhalb der Einrichtungen – sei es durch die fehlenden personellen Kapazitäten wie im Falle „Lübecks“ und „Haithabu und Danewerks“ oder die entsprechenden Zuständigkeitsbereiche wie im Falle des „Nationalparks“.

Die vielfach aufgeteilten Verantwortlichkeiten für das Welterbe Schleswig-Holstein in unterschiedlichen Einrichtungen führt auch dazu, dass das UNESCO-Welterbe auf den jeweiligen Websites der Einrichtungen mit unterschiedlichen thematischen Schwerpunkten Berücksichtigung findet. Interessierten Außenstehenden bedarf es einiges an Eigenrecherchen, um sich über das Welterbe qualitativ zu informieren. Die fragmentierten Informationen lassen die Dimensionen des UNESCO-Welterbes für Außenstehende schwer verständlich erscheinen. Schnell gelangt man hier dazu, das Welterbe mehr als eine Art Prüfungsetikette und Qualitätssiegel oder eine „komplexe interne fachliche Angelegenheit“ wahrgenommen wird.

Dadurch, dass die drei Schleswig-Holsteiner Welterbestätten durch die Verteilung der Verantwortlichkeiten in ganz unterschiedliche Facheinrichtungen an sehr unterschiedliche Ressourcen und Interessenslagen gebunden sind, die nicht primär und nur das UNESCO-Welterbe, sondern fach- und institutionsspezifische Aspekte betreffen, lässt sich in der derzeit laufenden Praxis schwer pauschal eine parallel organisierte Netzwerkstruktur unter dem Schwerpunkt UNESCO-Welterbe realisieren. Zwischen den drei Schleswig-Holsteiner Welterbestätten beziehungsweise der sie vertretenden Einrichtungen gibt es im Einzelnen immer wieder verschiedene Schnittstellen und gemeinsame Interessen, die jedoch oft nur zwei der Stätten betreffen oder nur kurzfristig gedacht werden können.
Voraussetzung für eine qualitative Netzwerkbildung zwischen den Einrichtungen, die die öffentliche Sichtbarkeit und das Wissen um das Kultur- und Naturerbe Schleswig-Holsteins – als UNESCO-Welterbestätte mit seinen Werten aber auch Verantwortlichkeiten – sind entsprechende Schnittstellenressourcen.

Wir empfehlen, den Austausch und das Netzwerk zwischen den Welterbestätten beziehungsweise den einzelnen Vertreter*innen zunächst behutsam weiter reifen zu lassen und stufenweise zu entwickeln.[43] Die Fachvertreter*innen müssen sich, das Potenzial als

[43] Auch, weil der Wunsch der Einrichtungen sich zu vernetzen vorhanden und wiederholt worden ist – auch wenn gegenüber der eigenen Rolle sich hier eine gewisse Befangenheit zu Ausdruck gebracht wurde.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Welterbestättenvertreter*innen im Netzwerk und die möglichen Schnittstellen in den Einrichtungen selbst besser kennen und verstehen lernen können. Dazu muss sich die Zusammenarbeit auch an den konkreten Bedarfen der Einrichtungen orientieren, vielmehr punktuell und anhand einzelner, konkreter und aktueller Themen zusammenlaufen.

Dazu sollen zunächst zwei Mal im Jahr Treffen mit den Vertreter*innen des Natur- und Kulturerbes in Schleswig-Holstein stattfinden, bei denen jeweils durch die einzelnen Fachvertreter*innen die Planungen, das Programm und die aktuellen Herausforderungen vorgestellt und zur Diskussion gestellt werden, um zusammen Lösungen zu finden und offene Bedarfe zu markieren. In dem Austausch soll herausgestellt werden, wie die Vertreter*innen jeweils mit Fragestellungen und aktuellen Themen umgehen, ob sie bereits Lösungen gefunden haben und Empfehlungen geben können oder gar mit bereits konkret erarbeiteten Unterlagen, Daten etc. weiterhelfen können oder wo gemeinsame Handlungsoptionen bestehen.
Es sollen gemeinsame Formate geplant werden. Optimaler Weise gehen die gemeinsamen Formate zur Bildung und Vermittlungsarbeit direkt aus den jeweiligen aktuellen Bedarfen beziehungsweise gemeinsamen Themenfeldern hervor. Das kann eine Kampagne sein, ein Vermittlungstool, -angebot oder ein geschlossener Auftritt bei Veranstaltungen wie dem jährlichen UNESCO-Welterbetag sein. Ein gemeinsamer Bereich kann ferner die Einwerbung von Fördermitteln zur Realisierung größerer gemeinsamer Projekte sein.

Da die Personallage in allen drei Welterbstätten für weitere welterbespezifische, gemeinsame Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeits-, Bildungs- und Vermittlungsarbeit zu knapp bemessen ist, können neue Herausforderungen aktuell von keiner der drei Stätten geleistet werden. Für die welterbespezifische Netzwerkbildung wäre intern eine Personalaufstockung (3 x 8 Stunden/Wochen) innerhalb der Welterbestätten sicherzustellen.
Um das Selbstbewusstsein für das UNESCO-Welterbe aus den Einrichtungen heraus zu befördern und auch das Immaterielle Kulturerbe und das Weltdokumentenerbe insgesamt in Schleswig-Holstein stärker ins Bewusstsein zu rücken und sichtbar werden zu lassen, empfehlen wir neben regelmäßigen Treffen und gemeinsamen Kampagnen, die Einrichtungen bei der Realisierung von gemeinsamen Aktivitäten zusätzlich mit einer zentralen projektleitenden Schnittstelle (16 Stunden/Woche) und budgetär substanziell über einen längeren Zeitraum zu unterstützten.[44]

### 3.5. Entwicklung des Netzwerkes

⇒ Gemeinsame Themenfindung/Intension/Bedarf eruieren
⇒ Arbeitsphase Handlungsbedarfe
⇒ Aktion: Veranstaltung/Projekt/Kommunikation

[44] S. Anlage 08 Finanzplan


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

| | **Umfang** |
|---|---|
| | |
| Jahrestreffen<br>- Evaluation Handlungsbedarfe<br>- Ggf. Arbeitsgruppe einrichten im Welterbeportal der DUK einrichten<br>- Was soll dazu gemacht werden?<br>- Welche Hilfestellungen werden benötigt? | 2 Treffen /Jahr |
| | |
| interne (Fach-)Arbeitsgruppen | bei Bedarf |
| | |
| interne Fachberatung, Coachings, Fachveranstaltungen | 2 Mal / Jahr |
| | |
| gemeinsame zielgerichtete, kontextualisierte Außenkommunikation/ Kampagnen und Auftritte | 2–3 Mal / Jahr |

In der ersten Workshoprunde wurde das Themenfeld Nachhaltigkeit bereits als eine mögliche Schnittstelle ausgemacht und bei dem dritten Zusatz-Workshop wurden weitere wichtige aktuelle Schnittstellen eruiert. Das Thema „Erhalt und Wandel. Welterbe im Zeichen der Energiewende“ ist bei vielen der Teilnehmer*innen auf reges Interesse gestoßen und auch ein relevantes Welterbestätten-Thema (Windräder durchlaufen die Sichtachsen, stören Meeresbewohner und bedrohen das OUV der Stätten). Für 2022 schlagen wir vor, direkt daran anzuknüpfen und die Netzwerkarbeit mit einem weiteren Treffen ausschließlich zu diesem übergreifenden UNESCO-Thema zu beginnen und die unterschiedlichen Aspekte und Herausforderungen herauszuarbeiten und daraus gemeinsame Handlungsoptionen und gemeinsame Zielstellungen herauszustellen. Daraus sollen direkt entsprechende Bildungs- und Vermittlungsformate entwickelt werden. Ein erster größerer gemeinsamer Auftritt wird das Zusammenwachsen der Stätten motivieren.
Diese erste Phase der Netzwerkarbeit mit dem Schwerpunkt des Zusammenwachsens sollte auf drei Jahre angelegt sein. In einer zweiten zweijährigen Phase sollten dann die Strukturen und gemeinsamen Themen innerhalb des Netzwerkes so gelegt sein, sodass der Schwerpunkt stärker auf der Projektrealisierung gelegt werden kann.

### 3.6. Rollen und Aufbau des Netzwerkes

Neben der Koordinationsstelle für das Schnittstellenmanagement und die Entwicklungsberatung sollte an den gemeinsamen Treffen je ein/e Fachvertreter*in der Stätten teilnehmen können.
Für Lübeck empfehlen wir: Welterbekoordinatorin, Vertreter*innen des Fachbereichs Archäologie und Vertreter*innen Denkmalpflege


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Haithabu/Danewerk: Archäologische Landesamt Schleswig-Holstein und Haithabu und Danewerk e.V.
Wattenmeer: Ministerium Umwelt und Energiewende als Schnittstelle zwischen dem Nationalpark und dem Common Wadden Sea Secretary + 1 Vertreter*in der Kommunikation und Vermittlungsarbeit aus Nationalpark + Wattenmeerbüro WWF Deutschland
Für die weitere Zusammenarbeit empfehlen wir eine/n feste/n Vertreter*in als erste/n Ansprechpartner*in für die Koordinationsstelle zu wählen, der/die ggf. die weitere Kommunikation innerhalb der Welterbestätte koordiniert und geschlossen nach außen repräsentiert, damit innerhalb der Stätten eigenverantwortlich ein Konsens geschaffen wird. Das sind vornehmlich die Welterbemanager*innen und für das „Wattenmeer“ die Vertretung aus dem Ministerium Umwelt und Energiewende.

Je nach Intension und Schwerpunkt werden andere passende Fach-Vertreter*innen des Welterbes gefragt beziehungsweise angesprochen oder auch nicht angesprochen sein. Wir empfehlen hier besonders in der Startphase, die Synergien zwischen einzelnen Fachvertreter*innen zu nutzen und ausgehend von Arbeitsgruppen zu agieren.
Die aktive Rolle liegt bei der Koordinationsstelle. Sie ist dafür verantwortlich, im Sinne der Stätten zu agieren und sie als Gruppe zusammenzuhalten. Auch deshalb wird es für die Koordinationsstelle äußerst relevant sein, eine/n übergeordneten Ansprechpartner*in pro Stätte zu haben.

Der Ausbau des Netzwerkes sollte strategisch entsprechend der jeweiligen Inhalte eruiert werden. Insbesondere bei der Ausgestaltung von konkreten Bildungs-, Vermittlungs- und Öffentlichkeitsprogrammen soll das Immaterielle Kulturerbe und das Weltdokumentenerbe berücksichtigt werden. Da das UNESCO-Welterbeprogamm sich per se aus einer internationalen Gemeinschaft konstituiert, sollten darüber hinaus im Netzwerk auch Kooperationen mit anderen Welterbestätten in Betracht gezogen werden.
Zu den engeren potenziellen Netzwerkpartner*innen gehören auch die themenverwandten Einrichtungen der Welterbestätten, die bei der Beschreibung der Stätten und in den Netzwerkdarstellungen bereits genannt sind: Dazu gehören insbesondere das Danevirke Museum und das Wikinger Museum Haithabu, die Info- und Partnereinrichtungen der Nationalparks Wattenmeer sowie die International Wadden Sea School (WWF Deutschland) und die Museen und Kirchen in der Altstadt Lübeck und insbesondere das Hansemuseum.
Eine Bündelung des Welterbes, des Immateriellen Kulturerbes und des Weltdokumentenerbes in Deutschland an sich findet primär über die Deutsche UNESCO-Kommission (DUK) statt, deren Zielgruppe auf Fachebene die Träger*innen der UNESCO-Programme sind. Hier ist auch für das Immaterielle Kulturerbe und das UNESCO-Weltdokumentenerbe mit Schleswig-Holstein Bezug mit jeweils unterschiedlichen Vereinen und Organisationen als Träger*innen meist die einzige digitale Repräsentanz als kulturelles Erbe. Die Programme der DUK können und sollten aktiv eingebunden und genutzt werden.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 3.7. Aufgaben der Koordinationsstelle für das Schnittstellen-, Entwicklungsmanagement und für Beratung

Die Hauptverantwortung der Koordinationsstelle liegt darin, ein Dach für das Netzwerk UNESCO-Welterbe aber auch das Immaterielle Kulturerbe und das Weltdokumentenerbe um Schleswig-Holstein zu bilden und dieses zusammen mit den Einrichtungen mit Blick auf die großen Potenziale weiterzuentwickeln.

Neben den organisatorischen Aufgaben wie der Vorbereitung, konkreten Planung, Durchführung und Nachbereitung der Jahrestreffen soll die Koordinationsstelle die gesamte weitere Zusammenarbeit begleiten und unterstützen. Das kann Aufgaben organisatorischer Art aber auch weiterführende Recherchen oder die Aktivierung Netzwerken betreffen. Sofern sich zu einem Thema mehrere Arbeitsgruppen bilden, wäre es ferner die Aufgabe der Koordinationsstelle, das Netzwerk Schleswig-Holsteiner Welterbe zusammenzuhalten und regelmäßig Arbeitsstände zu kommunizieren.

Besonders die Realisierung von verschiedenen Kommunikationsformaten soll durch die Koordinationsstelle durchgeführt werden. Dazu können externe Unternehmen miteinbezogen werden. Hier soll immer auch geschaut werden, inwiefern das enge Netzwerk zwischen den Einrichtungen des schleswig-holsteinischen Welterbes erweitert werden kann. Besonders sind dabei das Immaterielle Kulturerbe Schleswig-Holsteins und das UNESCO-Weltdokumentenerbe mit Schleswig-Holstein-Bezug zu berücksichtigen aber auch die außerschulischen Lernorte (Museen, Universitäten, Fachhochschulen), die Schnittstellen zum Welterbe oder zu dem spezifischen Arbeitsschwerpunkt aufweisen.[45]

Für ihre Aufgaben steht der Koordinationsstelle ein festes Budget für die Durchführung von Kommunikationsformaten für das Netzwerk und für interne Beratungen für das Welterbestätten-Netzwerk zur Verfügung.

Gewünscht war es vonseiten der Vertreter*innen des Schleswig-Holsteiner Welterbes einen Imagefilm und digitale Spiele im Bereich der Virtual Reality o.ä. zu realisieren. Für größere Welterbe-Kampagnen oder Aktionen kann die Koordinationsstelle Mittel einwerben.

Am Jahresende soll die Koordinationsstelle je in einem Entwicklungsbericht die Ergebnisse festhalten. Der Bericht wird den Welterbestätten vorgestellt, Probleme und Verbesserungsoptionen diskutiert und evaluiert. Die Koordinationsstelle hat dann die Möglichkeit, entsprechende Schritte zur Verbesserung der Zusammenarbeit einzuleiten.

Die Aufgabe der Koordinationsstelle wird ferner die Verwaltung und die Verantwortung der vorgesehenen Mittel sein.

[45] Siehe Anlage 07: Akteursgefüge der Welterbestätten


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 3.8. Fachliche Unterstützungsbedarfe für den Aufbau des Netzwerks

Es wurde während des Workshops gewünscht, gemeinsam Coachings und Beratungen in Anspruch nehmen zu können, zum Beispiel für die Einwerbung von Fördermitteln, im Bereich der Wissenschaftskommunikation oder der inhaltlichen Fachberatung zu konkreten Problemen. Auch Fachgesprächsrunden oder Konferenzen könnten in diesem Zusammenhang organisiert werden und dazu die entsprechenden Expert*innen eingeladen werden.
Darüber sollen Entscheidung getroffen werden, welche Beratung für das jeweilige Thema oder für die Realisierung eines größeren Projektes notwendig sind.
Die Welterbe-Vertreter*innen haben bisher in ihren Fachbereichen dafür kaum Möglichkeiten. Wir empfehlen hier für die halbjährlichen Treffen entsprechend fachliche Impulse nach Abstimmung im Vorfeld zu planen.

### 3.9. Grundzüge der Kommunikation

*„Welterbestätten können und müssen Mediatoren sein, örtliche und regionale Vermittler der zentralen UNESCO-Anliegen. An einer Welterbestätte treffen wir Menschen aller Bildungs- und Altersstufen, Menschen, die dort leben, und Menschen, die dort zu Gast sind. Sie erwarten Informationen – auch darüber, worin die Welterbeidee besteht und wie die Umsetzung vor Ort konkret aussieht.“*[46]

*„Die Welterbekonvention ist zuallererst ein Instrument für die kulturelle Verständigung zwischen den Völkern; Die Welterbeliste schafft ein Bewusstsein für die kulturelle Vielfalt und fördert den Dialog zwischen den Kulturen. […] Die Welterbestätten sind Vermittler der Ziele der UNESCO, indem sie das wechselseitige Interesse der verschiedenen Kulturen wecken und den gegenseitigen Respekt vor unterschiedlichen Wertvorstellungen, Traditionen und Lebensweisen fördern. Darüber hinaus sind sie Botschafter des UNESCO-Auftrags, durch eine verstärkte Zusammenarbeit der Völker zum Frieden beizutragen.“*[47]

*„In der Praxis bedeutet dies, dass von jeder Stätte ein Konzept zur angemessenen Vermittlung ihres OUV, ihres Beitrags als Teil eines globalen Netzwerkes von Erbestätten und ihres Bezugs zu übergeordneten Themen, bspw. Nachhaltiger Entwicklung und Klimawandel, erwartet wird.*[48]

Die Bildungs- und Vermittlungsarbeit und die Außenkommunikation der Welterbestätten sollte nicht nur die jeweiligen konkreten Themen der UNESCO-Weltkultur- oder Weltnaturerbestätte an sich, sondern darüber hinaus auch den „UNESCO-Wertekanon“ vermitteln beziehungsweise kann und sollte dies Hand in Hand gehen. Als Repräsentant der UNESCO-Staatengemeinschaft fungieren die Welterbestätten mit ihrem spezifischen Erbe paradigmatisch für die Sichtbarmachung.
Richtungsweisend sollten die Wertvorstellungen der UNESCO impliziert und explizit in die Kommunikation, Bildung und in Vermittlungsarbeit des Netzwerkes implementiert werden, um die Welterbestätten selbst stärker in ihrer Rolle als (ein) Teil des UNESCO-Welterbeprogramms darzustellen und mit ihren Programmen, ihrem Handeln nach Außen transparent zu machen.

[46] In: Deutsche UNESCO-Kommission e.V. (Hrsg.), Hermann Schefers: Welterbe-Manual. Was es heißt, eine Welterbestätte zu sein. Sieben Thesen zu einer viel diskutierten Frage. Bonn 2006, S. 119 – 120
[47] In: Deutsche UNESCO-Kommission e.V. (Hrsg.), Kurt Schlünkes: Das UNESCO-Welterbe. Bonn 2006, S. 29
[48] Siehe: Deutsche UNESCO-Kommission: Welterbe vermitteln. Handreichung zu Informationszentren im Welterbe. Nov. 2018; S. 13


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

| **Ziele/ Wertevorstellung** | **In Bildung, Vermittlung und Kommunikation:** |
|---|---|
| UNESCO-Ideale vermitteln | o Übergeordnete Verortung im Welterbeprogramm<br>o Wie wird UNESCO-Welterbe erklärt?<br>o Besondere Konditionen von UNESCO-Welterbe<br>o Zusammenhänge und Verantwortung der einzelnen Welterbestätten im Welterbenetzwerk/-programm betonen Herangehensweise/Handlungen/“Institution/Autorenschaft Welterbe“ transparent machen / Inhalte und Handlungen vor dem Kontext UNESCO benennen<br>o Rolle der Welterbestätte im Rahmen der „Welterbegemeinschaft“ (anderen Mitgliedstaaten) hervorheben z.B. über Vergleiche oder weiterführende Verweise<br>o Bezüge zur Nachhaltigkeitsagenda 2030 herstellen |
| die gegenseitige (weltweite) Bedingtheit und Abhängigkeit von Kulturen und Naturräumen | o Die Mensch-Umwelt-Kulturbeziehungen betonen<br>o Bspw: Klimawandel ist menschengemacht, Welthandel und Umgang mit natürlichen Ressourcen. Als Welterbestätte besonderen Schutzstatus und Verantwortung für den Erhalt. |
| gelebtes Erbe | o Bis heute gelebte Traditionen aufzeigen<br>o Wie hat die Kultur / Natur die Gesellschaft heute geprägt<br>o Bezüge zur Gegenwart oder zum Immateriellen Kulturerbe herstellen |
| die Ausrichtung auf ein internationales Publikum berücksichtigen | o Mehrsprachige Zugänglichkeit<br>o Einfache Sprache<br>o Kein Voraussetzen von kulturellem Wissen und Strukturen<br>o Internationale Bezüge der Welterbestätten aufzeigen |
| interkulturelle Beziehungen pflegen | o Internationale Bezüge der Welterbestätten leben und aufzeigen<br>o (Post-)Migrantische Gesellschaften aktiv einbeziehen<br>o Bsp: Flying Five: Vogelroute über die Kontinente |
| kulturelle Vielfalt | o Internationale Bezüge der Welterbestätten aufzeigen<br>o (Post-)Migrantische Gesellschaften aktiv einbeziehen<br>o Bsp: (Post-)Migrantische Gesellschaft als Botschafter |
| Das Netzwerk/ Bedingtheit der | o Zusammenhänge und Differenzen markieren.<br>o Bsp: Was ist das Besondere am Wattenmeer im Vergleich oder ergänzend zu anderen Wattgebieten? |


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

| | |
|---|---|
| Welterbestätten aufzeigen | o Bsp: Was differenziert die Wikingerstätte Haithabu von Jelling?<br>o Bsp: Netzwerk: Von den Wikinger aus Skandinavien zu den Normannen auf Sizilien |
| Engagement von Bürger*innen fördern | o Stiftungen, Vereine usw.<br>o Einladungen zu Veranstaltungen |
| Kooperationen mit Schulen fördern | o Netzwerk aufbauen und pflegen<br>o Einladungen zu Veranstaltungen |
| Fortbildungs- und Informationsprogramm für Entscheidungsträger, Fachleute, Journalisten, Lehrende, Gästeführende und andere Multiplikatoren fördern | o Netzwerk aufbauen und pflegen<br>o Einladungen zu Veranstaltungen |
| Neue Narrative bilden | o Welterbe in allgemeine aktuelle Kontexte setzten.<br>o Verbindungen herstellen: „Was hat das mit mir zu tun?“<br>o Bsp: Agenda 2030 Themen und SDGs im Zusammenhang des Welterbe darstellen |

### 3.10. Ansätze für die Vernetzung mit Schulen und anderen Bildungseinrichtungen Struktur

Insbesondere bei gemeinsamen Formaten der drei Welterbestätten und auch des Immateriellen Kulturerbes und Weltdokumentenerbes zur Bildung- und Vermittlung müssen die außerschulischen Lernorte um das Welterbe einbezogen werden.
Ferner sollte, um das Netzwerk zur Forschung und Wissenschaft stärker an die Welterbestätten in Schleswig-Holstein zu binden, langfristig der Kontakt zu relevanten Vertreter*innen und Wissenschaftler*innen der schleswig-holsteiner Universitäten und Fachhochschulen aus-, aufgebaut und gepflegt werden – zum Beispiel über Veranstaltung, regelmäßige Informationen.
Für die Entwicklung des Bildungsnetzwerks mit Schulen ist das IQSH (Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen in Schleswig-Holstein) der erste Ansprechpartner. Das Institut bündelt die Netzwerke zwischen den außerschulischen Bildungseinrichtungen und den Schulen und verfügt über ein gewachsenes Netzwerk in Schleswig-Holstein. Das Welterbe Schleswig-Holstein kann über die Koordinationsstelle hier stellvertretend repräsentiert werden und die Koordinationsstelle beraten zu:

- Wie UNESCO-Welterbethemen in den Unterricht einbinden?
- Welche themenverwandten Einrichtungen gehören zum UNESCO-Welterbe?


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

- Möglichkeiten der Anbindung in verschiedene Unterrichtsfächer?
- Einbindung von verschiedenen Altersgruppen?

Eine weitere Maßnahme wäre es, (außerschulische) Lernorte, um die Welterbestätten in die Datenbank/ das Portal der IQSH als Welterbevermittler*innen einzubinden.

Für die direkte Ansprache von Schulen im Rahmen geplanter Programme empfehlen sich die UNESCO-Projektschulen. In Schleswig-Holstein sind das:

- Gemeinschaftsschule Friedrichsort
- Gemeinschaftsschule am Heimgarten
- Eric-Kandel Gymnasium
- Anne-Frank Schule
- Claus-Harms Schule
- Inselschule Fehmarn
- Flensburg-Weiche
- Carl-Jacob-Burckhard Gymnasium

### 3.11. Arbeits- und Ablaufplan 2022 bis 2. Jahreshälfte 2027

| Beispiel für 1 Jahr: | |
|---|---|
| 1.Treffen „Offener Austausch“<br>(2022 evtl. gleich unter einem Schwerpunktthema wie z.B. „Erhalt und Wandel der Welterbestätten im Zeichen der Energiewende“ starten)<br><br>⇒ Welche Problemfelder gibt es?<br>⇒ Welches gemeinsame Interesse lässt sich daraus ableiten?<br>⇒ Wo ist es sinnvoll mehrere Arbeitsgruppen/Beratungsgruppen zu bilden? (z.B. Archäologie Haithabu Danewerk und Archäologie Lübeck)<br>⇒Welche gemeinsamen Handlungsoptionen gibt es?<br>⇒ Wie lassen sich weitere Schritte realisieren? Was braucht es, um realisieren zu können? (interne Beratung, Fachveranstaltung usw.)<br>⇒ Ideen für Bildungs-, Vermittlungsprogramme und Öffentlichkeitsarbeit (Was, wie, wer?) | Verbindliches Treffen für alle Vertreter*innen vor Ort (sofern möglich: vor Ort jeweils im Wechsel in Lübeck, Schleswig und Tönning). |


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

| | |
|---|---|
| Austausch in Gruppe/n<br>⇒ Wer kann was beisteuern:<br>Kontakte, Netzwerke, Studien usw.?<br>⇒ evtl. Hilfestellung von außen: Beratung, Coachings, Fachveranstaltungen, Konferenzen | Individuell nach Bedarf und Möglichkeiten |
| | |
| Entwicklung und Realisation von einem Bildungs-, Vermittlungsprogrammen und Öffentlichkeitsarbeit oder Kampagnen unter Berücksichtigung der gemeinsamen Schwerpunkte | Zuarbeit durch entsprechende Vertreter*innen des Welterbes und evtl. persönliche Anwesenheit |
| | |
| 2. Treffen Follow up<br>⇒ Vorstellen der Ergebnisse<br>⇒ Evaluation<br>⇒ Updates und Veränderungen<br>⇒ Ausblick kommendes Jahr: Wo soll es hingehen? | Verbindliches Treffen für alle Vertreter*innen vor Ort (sofern möglich: vor Ort jeweils im Wechsel in Lübeck, Schleswig und Tönning). |

Für 2022 empfehlen wir gleich mit dem Schwerpunktthema Erhalt und Wandel der Welterbestätten im Zeichen der Energiewende zu starten, um die Arbeit des Netzwerkes konkret zu motivieren.
Für einen ersten gemeinsamen Auftritt empfehlen wir ein kleinteiligeres, modular und kostengünstiger umzusetzendes Vermittlungsformat. Wir sehen in einer mehrteiligen Podcast-Serie ein zeitgemäßes Format, das die Vielstimmigkeit, die differenzierten inhaltlichen Schwerpunkte der Stätten gut bedienen kann und dabei nahbar, narrativ und einfach zugänglich für ein regionales und überregionales Publikum interessant ist.

Der Podcast ist intern als auch extern leicht zu verbreiten und darüber hinaus erweiterbar. Der Austausch und die Implementierung der Audiodaten ist technisch unaufwändig. Audiodateien lassen sich in jedes Erscheinungsbild einbinden, ohne mit der visuellen Ästhetik in die Corporate Identity der bestehenden Medien groß einzugreifen. Sie lassen sich sowohl auf die verschiedenen Websites einbinden als auch auf Smartphones abspielen und können so in verschiedenen Bereichen Anwendung finden und zum Beispiel als offenes Bildungsmaterial auf der Website, auf Social-Media-Kanälen gezielt als Teil der Vermittlungsarbeit vor Ort genutzt werden oder aber auch als Öffentlichkeitskampagne eingesetzt werden.
Denkbar wären zum Beispiel Dialoge mit den Vertreter*innen der Welterbestätten und Bewohner*innen der Region zu inszenieren, in denen gezeigt wird, wie das Erbe in den direkten Bezug zu ihrem Alltag steht und die Radiosender der Region bitten, diese öffentlich zu promoten und die Bildungs- und Öffentlichkeitsreferent*innen auf den internen Kanälen zu


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

verbreiten. Auf diese Weise wären gleichzeitig die Anwohner der Region involviert und angesprochen. Optimalerweise würden aus den Erkenntnissen oder Resultaten „Erhalt und Wandel. Welterbe im Zeichen der Energiewende“ ein Storybord für einen Podcast entwickelt.

### 3.12. Strukturelle Anforderungen und Steuerungsbedarfe

Für die interne Zusammenarbeit zwischen den Welterbestätten stehen die Arbeitsgruppen im digitalen Welterbeportal der Deutschen UNESCO-Kommission zur Verfügung, auf der die Einrichtungen selbstständig je nach Themenschwerpunkt und Bedarf Arbeitsgruppen bilden können und über die Plattform kommunizieren und digitale Dokumente untereinander austauschen können. Diese Arbeitsgruppen können auch als nicht-öffentliche/geschlossene Gruppe angelegt werden. Es muss für die Zusammenarbeit keine neue Infrastruktur angelegt werden.

Die Koordinierungsstelle sollte ferner Jour Fixes mit einzelnen Vertreter*innen festlegen, um die Arbeitsprozesse zu begleiten und zu steuern. Das kann digital über Videokonferenzen oder auch im Telefonat erfolgen.
Die Treffen mit allen Vertreter*innen sollen persönlich und im Wechsel an den Örtlichkeiten der drei Welterbestätten-Vertreter*innen stattfinden. Hier müssen zum Teil Konferenzräume angemietet werden.

### 3.13. Controlling. Maßnahmen zur Ergebniskontrolle

Die Ergebnisse der Netzwerkarbeit werden protokolliert, am Jahresende evaluiert und je nach Bedarf mit neuen Zielstellungen verknüpft.
Ein unabhängiges und externes Gremium kann jederzeit Einblick in die Protokolle erhalten. Zwei Mal im Jahr wird dem Gremium ein Bericht über den Stand, die Vorhaben und die Entwicklung des Netzwerkes vorgelegt. Das Gremium gibt die Mittel für Projektvorhaben frei.
Die Qualität der Netzwerkarbeit und die Formate sollten regelmäßig weiterentwickelt werden und von einem unabhängigen und externen Gremium evaluiert werden. Hat sich die Netzwerkarbeit nach drei Jahren einer Pilotphase etabliert und das Netzwerk gemeinsame Formate erfolgreich realisiert, sollte die Arbeit mindestens zwei weitere Jahre unterstützt werden.
Erfolgskriterien der zweiten Phase sind dann öffentlichkeitswirksame Funktionalität und zukünftige Rentabilität (anhand von Besucherzahlen, Erfolgsberichten usw.).


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

# 4. KOSTEN

## 4.1. Finanzplan

Siehe Anlage 08


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Verfasser: Panatom GmbH, Berlin 2022
Bearbeitungszeitraum: Dezember 2021 – August 2022 /Dezember 2022 /Januar 2023 / März 2023


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Panatom

# Anlage 01
# Leistungsverzeichnis

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

## Entwicklung einer Netzwerkstrategie Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holstein

**Leistungsverzeichnis für einen Dienstleistungsauftrag**

---

**1. Auftraggeber**

Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (MBWK)

**2. a) Verfahrensart**

Freihändige Vergabe mit vorangestelltem Interessenbekundungsverfahren

**b) Vertragsart**

Dienstleistungsauftrag für eine freiberufliche Leistung unterhalb des EU-Schwellenwertes

**3. Beschreibung**

Thema:

Der Schleswig-Holsteinische Landtag (Drs. 19/1103) hat die Landesregierung aufgefordert, eine Strategie und ein Umsetzungskonzept zur Vernetzung und weiteren Förderung von kulturellem Erbe insbesondere mit Blick auf die drei Welterbestätten Hansestadt Lübeck (UNESCO-Welterbe seit 1987), Nationalpark Schleswig-Holsteinisches Wattenmeer (Naturerbe seit 2009) und Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk (UNESCO-Welterbe seit 2018) vorzulegen.

Der Landtag sieht in dem herausgehobenen kulturellen Erbe Schleswig-Holsteins nicht nur den Ausdruck von Identität und Authentizität für Schleswig-Holstein, sondern verbindet damit einen Bildungsauftrag und die Aufforderung für eine generationenübergreifende Vermittlung von Wissen. Die Welterbestätten Schleswig-Holsteins dienten in besonderer Weise diesem Zweck.

Vor diesem Hintergrund vergibt das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur einen Dienstleistungsauftrag. Er beinhaltet die Prüfung der Vernetzungspotenziale der schleswig-holsteinischen Welterbestätten insbesondere zum Zweck der Bildung- und Vermittlung sowie die Erstellung eines entsprechenden Umsetzungskonzepts. Ebenfalls geprüft werden soll die Entwicklung von Welterbe-Routen.
Erwartet wird ein innovativer konzeptioneller Ansatz, der die Besonderheiten und Unterschiede der schleswig-holsteinischen Welterbestätten berücksichtigt.

Kurzbeschreibung:

Der Auftrag ist in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber und den drei Welterbestätten zu erfüllen. Hierzu sind Informationsgespräche mit dem Auftraggeber über den Stand der Arbeiten vorzusehen. Vor Abschluss der Arbeiten ist dem Auftraggeber der Entwurf des Konzeptes zur Abstimmung vorzulegen.

Für die Auftragsvergabe werden insbesondere Agenturen, Arbeitsgruppen oder Dienstleister mit profunden Kenntnissen zur Vermittlungsarbeit von Kulturerbe bzw. Welterbestätten und entsprechenden kulturellen Netzwerke gesucht.

Erwartet wird die Aufbereitung des Konzeptes im Fließtext (kein Chartbericht) und in einer anschaulichen Zusammenfassung für die öffentlichen Präsentationen. Der Auftragnehmer stellt dem Auftraggeber MBWK das Arbeitsergebnis zu dessen uneingeschränkter und alleiniger Nutzung ohne zusätzliche Kosten zur Verfügung.

Weitere Regelungen insbesondere zu Terminen, Auszahlung des Honorars sowie Nutzungs- und Urheberrecht des Konzeptes werden Gegenstand eines ergänzenden Vertrages.

4. **Vergabe**:
   Angestrebt für August/September 2021

5. **Ausführungsfrist:**
   Vorgesehene Laufzeit: 3 Monate ab Auftragsvergabe.

6. **Ausgangssituation**

Auf der Grundlage des Landtagsbeschlusses hat das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein eine Abstimmung mit den betreffenden Welterbestätten durchgeführt.

Zusammengefasst hat die Prüfung folgendes ergeben

Die Vertreter der Welterbestätten begrüßen diese Initiative. Gemeinsame Interessen der drei Welterbestätten (Wattenmeer, Lübeck, Haithabu/ Danewerk) lassen eine Vernetzung als sinnvoll erscheinen.

Die ausgeprägte fachliche Diversität, die heterogenen Rahmenbedingungen und die unterschiedlichen fachlichen Zielsetzungen der drei Welterbestätten sind bei den weiteren Arbeiten zu beachten.

Die Entwicklung einer oder mehrerer Welterberouten, die die Welterbestätten und weiteres Kulturerbe in Schleswig-Holstein verbinden, wird ebenfalls für zielführend gehalten.

Die touristische Nutzung führt allerdings bereits jetzt bei allen drei Welterbestätten teilweise zu Problemen. Die Vernetzung sollte deshalb genutzt werden, um qualitative Aspekte in den Vordergrund zu stellen.

Zu berücksichtigen sind die verfügbaren Personalressourcen. Die Vertreterinnen und Vertreter der Welterbestätten sehen keine personellen Kapazitäten, zusätzliche Aufgaben für das Netzwerkmanagement zu übernehmen.

Die Umsetzung konkreter Maßnahmen ist für das Jahr 2022 vorgesehen.

7. **Gemeinsame Interessen und Ziele**

Die Idee einer Vernetzung der drei Welterbestätten wird von den verantwortlichen Akteuren begrüßt. Es wird die Chance gesehen, das Thema UNESCO-Welterbe in Schleswig-Holstein öffentlichkeitswirksamer zu platzieren und den gemeinsamen Vermittlungs- und Bildungsauftrag innovativer und breiter auszurichten sowie dafür erforderliche Formate zu entwickeln. Zudem erhofft man sich Synergieeffekte in der inhaltlichen Arbeit.
Aufgrund der formal gleichwertigen Anforderungen an den jeweiligen Stätten, wie

Fortschreibung des Managementplans,

kontinuierliche wissenschaftliche Erforschung und Dokumentation sowie

inhaltliche Fortschreibung der Erkenntnisse anhand der jeweiligen wissenschaftlichen Ansätze wird eine Vernetzung als sinnvoll eingestuft.

Ausgehend von stetigen, vor allem touristischen Gästeströmen gilt für die drei Welterbestätten aber auch, dass bei allen Maßnahmen der Fokus auf die qualitative und nachhaltige Entwicklung, die Verbindung von Kultur und Natur sowie die Vermittlung und Aufklärung, auch in Bezug auf die Gefährdung des Welterbes, gerichtet werden sollte. Dabei geht es insbesondere um die Entwicklung von nachhaltigen Maßnahmen zur zielgruppenorientiert gesteuerten Nutzung und nicht um die quantitative Steigerung der touristischen Besuchszahlen.
Inwiefern der dargestellte Mehrwert trotz der sich stark unterscheidenden Welterbestätten tatsächlich erreichbar ist, ist zu prüfen und darzustellen.

**Folgende Punkte sollten in dem Konzept mindestens berücksichtigt werden:**

**a. Vernetzung**

Allgemeines

- Umsetzungsmöglichkeiten des Bildungs- und Vermittlungsauftrags im Sinne des Landtagsbeschlusses.
- Darstellung der spezifischen Ziele der Stätten.
- Darstellung des Vernetzungspotenzials und der potenziellen Zielstellungen
- Ermittlung des Mehrwerts der Vernetzung
- Erhebung der für das Projekt relevanten Akteure und Organisationen
- Beschreibung der zweckmäßigen Netzwerkzeuge, Verfahrensweisen, Methoden und Instrumente
- Fachliche Unterstützungsbedarfe für den Aufbau des Netzwerks

Umsetzung

- Erstellung eines Arbeits- und Ablaufplans für die Umsetzung der nötigen Maßnahmen,
- Darstellung der Aufgaben und Verantwortlichkeiten der beteiligten Akteure
- Rollen und Pflichten der Netzwerkmitglieder
- Spezifische Aufgaben der Netzwerkmitglieder
- Erstellung der Grundzüge eines Kommunikationskonzepts
- Darstellung von Ansätzen für die Vernetzung mit Schulen und anderen Bildungseinrichtungen

Struktur

- Ermittlung und Beschreibung der strukturellen Anforderungen und Steuerungsbedarfe

Controlling

- Beschreibung von Maßnahmen für die Ergebniskontrolle

**b. Welterberouten**

- Rechtliche Einordnung
- Interessen und spezifische Bedarfe
- Identifizierung möglicher Zielgruppen und ihrer Bedarfe

Ermittlung möglicher Partner bzw. Träger

Darstellung von möglichen Routen unter Berücksichtigung bereits vorhandener

Markt- und Risikobetrachtung einschließlich der Wettbewerbssituation in Bezug auf touristische Belange

Voraussetzungen für die langfristige Konsolidierung einer oder mehrerer Welterberoute(n)

Erstellung eines Arbeits- und Ablaufplans für die Umsetzung der nötigen Maßnahmen

**c. Kosten**

Die zu erwartenden Kosten sind kalkulatorisch zu ermitteln und darzustellen:

a. Netzwerk
   Aufbau
   Investitionen, Sachkosten und Personalkosten
   Laufender Betrieb
   Laufende jährliche Betriebskosten für eine Konsolidierungsphase von 5 Jahren

b. Welterberoute/n
   Aufbau
   Investitionen, Sachkosten und Personalkosten und ggfs. weitere Kosten für die folgenden 5 Jahre.

Panatom

# Anlage 02
# Lösungsansätze Skizzen Netzwerkformate

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Panatom

# Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holstein
# Netzwerkstrategie – Lösungsansätze

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

Panatom

# DER GRÖßTE GEMEINSAME NENNER: TEIL DER UNESCO WELTERBEGEMEINSCHAFT SEIN

## +

**Flächen** = Repräsentativ für kulturelle und natürliche Vielfalt

**Welterbe-Kriterien:** 6 von 10 abgedeckt = vielseitig

**Natur- und Kulturerbe** haben die gleiche Wertigkeit und sollten ausgewogen auf der Welterbeliste repräsentiert sein

**Transnationale Bezüge**: Dänemark, Niederlande (Wattenmeer + Haithabu & Danewerk)

## −

**Identifikation** mit dem Erbe SH befördern

**Interkulturelles Verständnis** fördern

**Narrative** finden

**Klimawandel** als Bedrohung des Erbes

**Welterbewissen** - Bewusstsein für die Dimensionen des Welterbes im Rahmen UNESCO-Staatengemeinschaft schaffen

**Welterbestätte Gemeinschaft stärken**

**Stimmen** Welterbestätten-VerwalterInnen stärken

Netzwerkstrategie Weltnatur- und Weltkulturerbe
Schleswig-Holstein

Panatom

# Formatentwicklung
# Lösungsbausteine

Mehr qualitative Sichtbarkeit für Schleswig-Holsteins Welterbe.
Wie lassen sich Interessen und Bedarfe der Stätten integrieren?

Mögliche modulare Lösungsbausteine:

1. Aktivierung Netzwerkarbeit DUK
2. Publikation: Das Welterbe der Schleswig-HolsteinerInnen
3. Digitale Informationszentrum Welterbe SH
4. Wissensplattform: Welterbe  im Klimawandel

Panatom

# Bedarf
# Wissenstransfer intern

Stärkung interne Vernetzung
Wissenaustausch

Schaffen keiner neuen Strukturen,
Angst vor neuen Verpflichtungen +
Redundanzen

Themenspezifischer
Austausch der 3 Stätten

Lösung 1

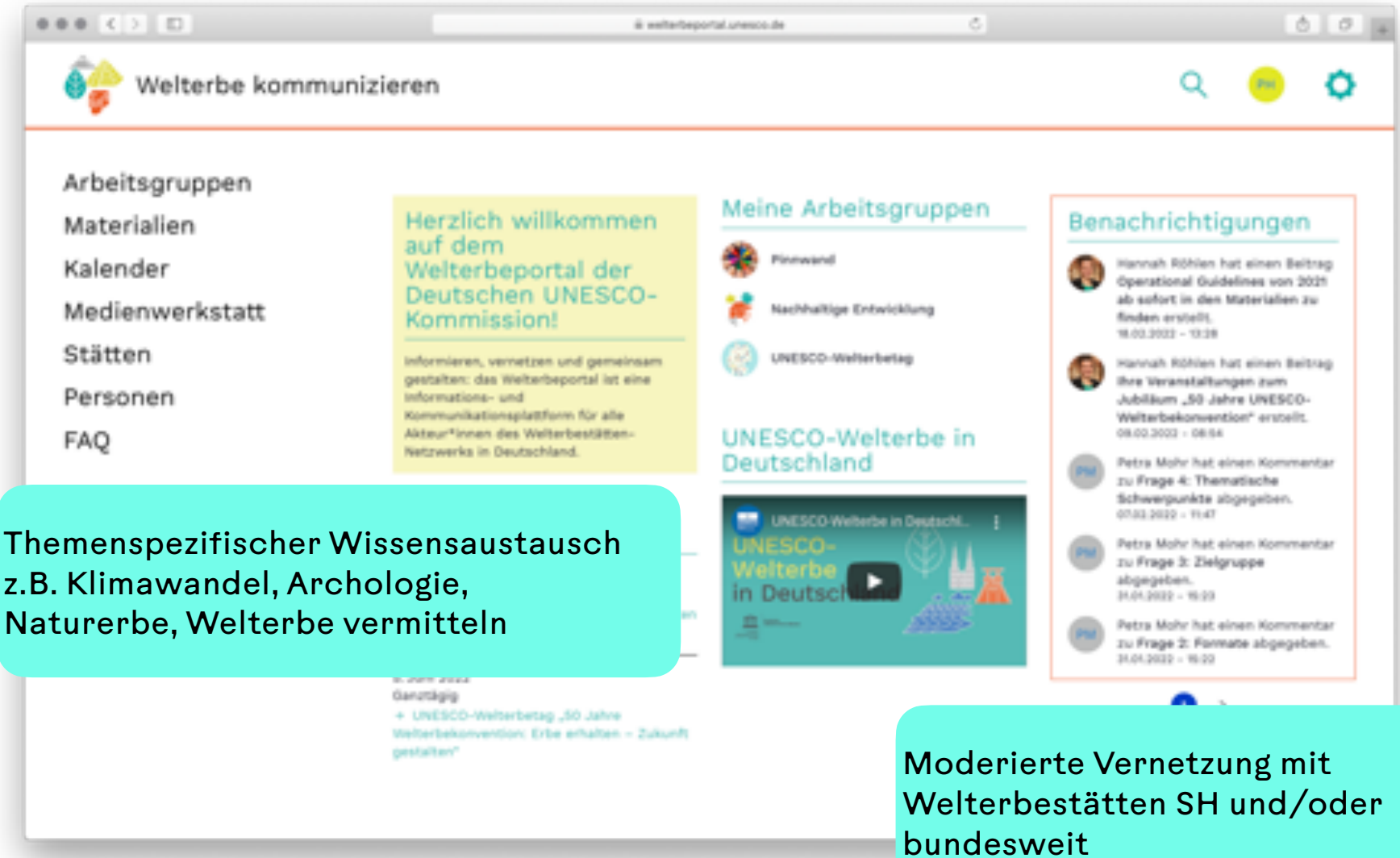
Stehende Strukturen aktivieren und die Möglichkeiten ausschöpfen
Vorbild auf Bundesebene werden

Vernetzung über die Infrastruktur der DUK
Co-Working-Plattform

Begleitung: Moderation, Kuration, Redaktion
um langfristig selbst zu befähigen

Panatom

Gemeinsam Veranstaltungen organisieren




Themenspezifischer Wissensaustausch z.B. Klimawandel, Archologie, Naturerbe, Welterbe vermitteln

Moderierte Vernetzung mit Welterbestätten SH und/oder bundesweit

Panatom

Face to Face: Vorträge,
ExpertInnen-Impulse,
Wissensaustausch

Mehrwerte:

Stärkung der stehenden Strukturen, anstatt weiteres Modul in die bestehende Gemeinschaft zu streuen

Qualitative Arbeit der Stätten in Deutschland wird über Themen und Interessenverbände gestärkt

Individuelle, passgenaue Gruppen

Bekanntheitsgrad über die Netzwerkarbeit steigern

Langfristige Stärkung der Gemeinschaften
Stimmen z.B. in Gremien

Zielgruppen:

Welterbestätten Deutschland/ international

Welterbestätten SH

Optionen:

SH Ergebnisse sammeln und weiter aufarbeiten für verschiedene Zielgruppen aufarbeiten in:
Broschüren / Themenbänden / Bildungsmaterialien auf Website publizieren

# 2. Publikation: Das Welterbe der Schleswig-HolsteinerInnen

Panatom

# Bedarf
# Wissenstransfer außen
# + Neue Reichweite

Welterbe ist nicht Alltag

Wertekanon Welterbe ist schwer zu greifen und zu vermitteln

Welterbe wird als „Label“ immer benannt

Wie soll man den Wikinger, mit dem Backsteingebäude und der Robbe zusammendenken?

Niederschwelligkeit und Nahbarkeit erreichen wir nur in ausgewählten Themen z.B. Wikingerspiele

Lösung 2
Das Welterbe der Schleswig-HolsteinerInnen

Publikationsformat (Buch + Kampagne)

Moderne, zeitgenössische Nahbarkeit zum Welterbe stiften,

Wertevermittlung für Bürgerinnen und Wertschätzung für die Arbeit der Welterbestätte schaffen

Welterbe über die Schleswig-HolsteinerInnen neu erklären

Panatom

# Lösung 2
# Das Welterbe der Schleswig-HolsteinerInnen

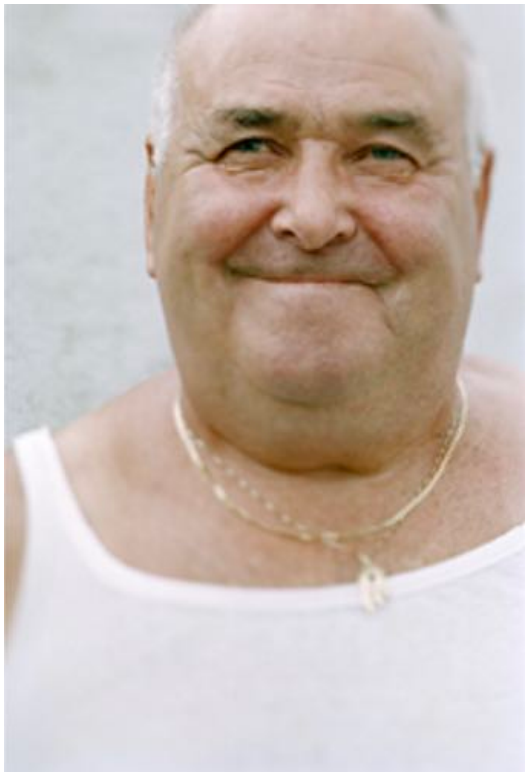
## Assoziationsketten und Narrative zu Welterbe, Menschen, Zeiten und Orten

Im Mittelpunkt des Buches steht das Welterbe, die Schleswig-Holsteiner und die zum Welterbe arbeitenden Personen.  Durch Gegenüberstellungen stellen sich assoziativ vielseitige Parallelen zwischen Menschen, dem Welterbe, den Zeiten und Orten her, ohne dass diese direkt benannt werden.

In einer Einleitung wird das Welterbe Schleswig-Holstein und seine Bedeutung im Rahmen der UNESCO-Staatengemeinschaft vorgestellt.

Künstlerische Fotografien setzten die Menschen, ihre Umgebung und das Erbe ausdrucksstark in Szene.

# Panatom



Was verbindet den Lübecker Kaufmann mit dem Einzelhändler und dem Wikinger?

**Panatom**

„Anna“aus Busdorf: Schülerin und Scout für das Welterbe Grenzkomplex Danewerk und Haithabu.

Dr. Toplak, Direktor des Wikinger Museums Haithabu, stellt das Spiel der Wikinger aus der Sammlung vor.

# Panatom

Invasive Arten: Austern aus dem Wattenmeer, erklärt von einem Ranger des Nationalparks

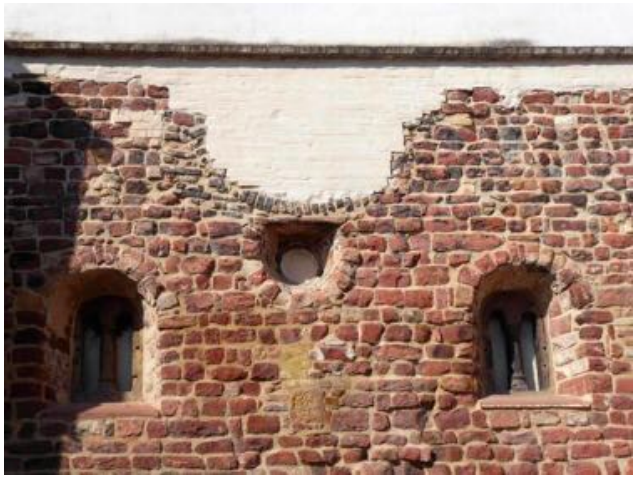
„Marten“ hat bis 1970er als Fischer gearbeitet: Wie sah sein Alltag aus? Was hat er gefangen?

# Panatom

Ein Gruppe SeniorInnen in einer Residenz stellt sich vor.

Ein Gemälde aus dem Heiligen Geist Hospital in Lübeck erklärt von einem Kunsthistoriker aus Lübeck.

**Panatom**



Integrieren des Immateriellen Kulturerbes und des Weltdokumentenerbes

Anreicherung mit Mapping: Wikinger, Flugrouten Vögel, Wege der Hanse ...

Mehrwerte:
Neue Narrative schaffen, Welterbe neu erklären

Verbindungen zwischen Vergangenheit und Heute herstellen
zeigen, dass das Erbe ein Teil der Menschen und ihres Alltags ist

Querschnitt durch die Gesellschaft: nahbar und niedrigschwellig

Wertschätzung der BürgerInnen und VertreterInnen „Welterbe“

Weckt Neugierde, motiviert selbstständig Schlüsse zu ziehen

Stiften von Heimatverbundenheit, Stärkung der öffentlichen
Sichtbarkeit in die breite Bevölkerung

## Zielgruppen

SchleswigHolsteinerInnen
Akteure der Welterbestätten
Junge Menschen

„Coffeetable“ deutschlandweit

## Optionen

Verlagskooperation einfädeln mit Teilabnahme der Gesamtauflage (im Handel erwerbbar)

Zum Buch begleitende Öffentlichkeitsarbeit/Kampagne (deutschlandweite Sichtbarkeit schaffen)

Welterebstätten verteilen im Netzwerk (Verteiler-Empfehlung an die Stätten)

# 3. Digitale Informationszentrum Welterbe SH

Panatom

# Bedarf
# Wissenstransfer nach außen

Kein Welterbezentrum in den Stätten

Wertekanon Welterbe

Welterbe Bildung

Digitales „Infomobil“

Außenwahrnehmung Welterbestätten

Panatom

# Lösung 3
# Das Welterbe der Schleswig-HolsteinerInnen
# Das digitale Informationszentrum
# Welterbe Schleswig-Holstein von A-Z

Plattform
Agregator

Panatom

# Lösung 3

Das klassische Haus durch digitale Plattform ersetzten

Welterbe Schleswig-Holstein-spezifisch

niedrigschwellig zugänglich gemacht

Wissen aller 3 Stätten aggregieren

Als „Tor“ von den Websites der Stätten

Verlinkung und Vernetzung zu Einrichtungen

# Themen

Wie wird wird man Welterbe?
Was ist das Welterbe Schleswig-Holsteins?
Von den Wikingern, über die Hanse zum Wattenmeer?
Forschung und Bildung aus den 3 Welterbestätte abbilden

UNESCO-Wertekanon
Was bedeutet es, Teil der Welterbegemeinschaft zu sein?
Wer sind die Akteure hinter dem Welterbe SH und auf Landes- und auf Bundesebene?

# Panatom

Was ist das Welterbe Schleswig-Holsteins?

Übersicht über sämtliche Einrichtungen und verschiedene Zugänge zum Welterbe thematisch sortiert

Mapping: Wege zum Welterbe (Verlinkungen und Weiterleitungen zu Bildungsangeboten, Touristinformationen, angegliederten Kultureinrichtungen)

Mehrwerte
Zusammenführung von Inhalten, die bisher nicht ohne weiteres für Außenstehende sichtbar sind und zum Teil sehr zerstreut sind

Stärkung des Welterbe-SH-Bildes

Stärkung der Sichtbarkeit und Öffentlichkeitsarbeit

Bildungsformate stärken

Zielgruppengerechte Ansprache stärken

| Zielgruppen | Optionen |
| --- | --- |
| Schleswig-Holsteiner | Bewerbung in einer Kampagne |
| TouristInnen / BesucherInnen | Als „Tor Welteinformations-zentrum SH“ von den einzelnen Websites |
| … | … |

# 4. Wissensplattform: Welterbe im Klimawandel

**Panatom**

Bedarf
Wissenstransfer nach innen
Wissenstransfer nach außen
Schaffung neuer Reichweite und Sichtbarkeit

Wie soll man den Wikinger, mit dem Backsteingebäude und der Robbe zusammendenken?

Keine gemeinschaftliche Betrachtung von Naturerbe und Kulturerbe

Neue Bildungs- und Vermittlungsformate gebraucht

Klimawandel als starker Impact für alle Stätten erkannt

Lösung 2
Themen-Plattform „Welterbe im Klimawandel“

Fachwissen + Diskurse zusammentragen und öffentlich zugänglich machen (für andere Stätten und breite Öffentlichkeit)

kuratierte Expertenrunden und Workshops:
verschiedene Aspekte des Klimawandels im Hinblick auf die spezifischen Herausforderungen der Welterbestätten

Information und Ergebnisse niedrigschwellig, narrativ aufarbeiteten und nahbar machen: Wie sehen Schleswig-Holstein und sein Welterbe in Zukunft aus? Utopie, Dystopie und mutige Entscheidungen…

Panatom

Wie sieht könnte Schleswig-Holstein sich in Zukunft entwickeln?

Welche Handlungsbedarfe gibt es?

Wie können Welterbestätte beispielhaft ein Zeichen setzten?

Papageien statt Lachmöven?

Welche Auswirkungen hat das Klima auf die Bausubstanz?

Wie schützen sich die Welterbestätten? (Dokumentation, Küstenschutz ...)

Mehrwerte

Zusammenspiel von Natur und Kultur;
Starkes und relevantes Schnittmengenthema;
Neue Narrative zum Welterbe

Die Initiative macht die Welterstestätten zu Modellprojekten für andere Einrichtungen aber auch für interessierte BürgerInnen

Motivation von Forschung

Stärkung von Forschungsverschränkung und Vermittlung dazu
Schulen + Bildungseinrichtungen

## Zielgruppen

SchleswigHolsteinerInnen
Akteure der Welterbestätten
Junge Menschen

Andere Welterbestätten

Kultureinrichtungen und
Umweltorganisationen

Forschung + Wissenschaft

Schulen + Bildungseinrichtungen

## Optionen

Hybrid Lösungen
Anker zu stehenden Lösungen
vor Ort

Bildungspakete für Schulen

Netzwerkstrategie Weltnatur- und Weltkulturerbe
Schleswig-Holstein

**Panatom**

Juliane Froböse, Geschäftsführerin
jf@panatom.de

Kristina Worthmann,
Projektleiterin
kw@panatom.de

Philipp Hartung,
Projektmitarbeiter
ph@panatom.de

Telefon: 030 6120 35 11

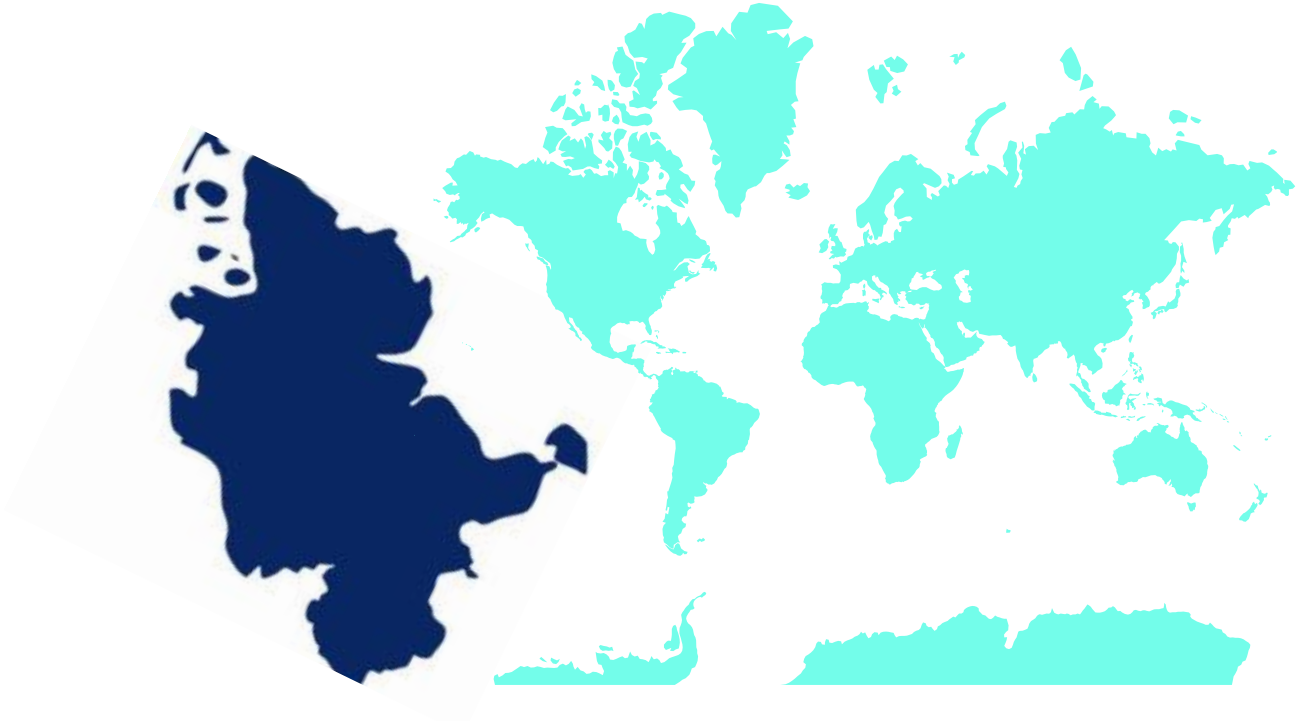
PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

Panatom

# Anlage 03
# Grobkonzept zu Welterbe im Klimawandel

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Panatom



# Prüfung einer Netzwerkstrategie Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holsteinisches inklusive einer Welterberoute

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

## Vernetzungspotenzial der Welterbestätten

**Wissenstransfer nach Innen:**
Wissenschaft und Forschung stärker zu gewichten
Grundlagensetzung zur Fortschreibung des Managementplans

**Wissenstransfer nach Außen**
Thema weckt Interesse bei anderen Einrichtungen
Vernetzung mit anderen Welterbestätten, Facheinrichtungen, Kultur- und Natureinrichtungen

**Schaffung neuer Reichweite und Sichtbarkeit**
Dimensionen des UNESCO-Welterbes vermitteln/Qualitative Aufarbeitung von Welterbewissen
Interessensgebiete ansprechen: Forschung & Wissenschaft, Bildung, Natur- und Kulturerlebnisse
Ansprechen von Zielgruppen: Junge Erwachsene und Menschen mit Migrationshintergrund

**Sichtbarkeit in politischen Gremien erhöhen**
Neues Themengebiet gemeinsam zu erarbeiten, um entsprechend Aufmerksamkeit für die Umsetzungsmaßnahmen (Managementplan) zu generieren

## Themenplattform „Welterben der Zukunft“ (AT)

für Wissenaustausch, Wissensvermittlung und niedrigschwellige Kommunikation
zum Thema **Welterbes im Klimawandel** in Schleswig Holstein

## Kernziele und Mehrwerte

Sichtbarkeit des Welterbe im Verbundes 3 Stätten in Schleswig-Holstein

Allgemeine Sichtbarkeit erhöhen und Relvanz stärken, Vorbildrolle für andere

Differenzierteres Bild vom UNESCO-Welterbe zu vermitteln; Welterbe Wertekanon vermitteln
(mehr als Tourismuslabel)

Kultur- und Naturerbe in Schnittmengenthema zusammenführen

Neue Vermittlungs- und Bildungsformate entwicklen und in die Anwendung bringen

Lebendige Auseinandersetzung mit dem Thema in Schulen + Bildungseinrichtungen

Neue Ansprachestrategie für Junge Menschen,
Bildung für die „Friday for Future“ Generation

Sichtbarkeit/Transparenz des Arbeiten im Welterbeprogramm

Narrative/Wissen zum Welterbe

Austausch und Zusammenarbeit der 3 Stätten auf inhaltlicher Ebene (ohne großen Ressourceneinsatz, Begleitung durch extern)
Wissen zusammentragen, bewerten udn verwerte

Übernehmen eines aktuellen, sehr relvanten Themenblockes, der außer im Wattenmeer gewünscht, aber noch nicht konzipiert ist

Schaffen eines medialen Magneten durch Relevanz

Vernetzen und Motivieren von Foschungsinstitutionen mit Welterbestätte SH

Skalierbarkeit auf Bundesebene / weltweit

Passgenaue Lösung zur Einhaltung der Ziele der unesco Global Strategy, Nachaltigkeitsagenda

Nahbarkeit in die Schleswig-HolsteinerInnen schaffen, Heimatverbundenheit

## Herangehensweise

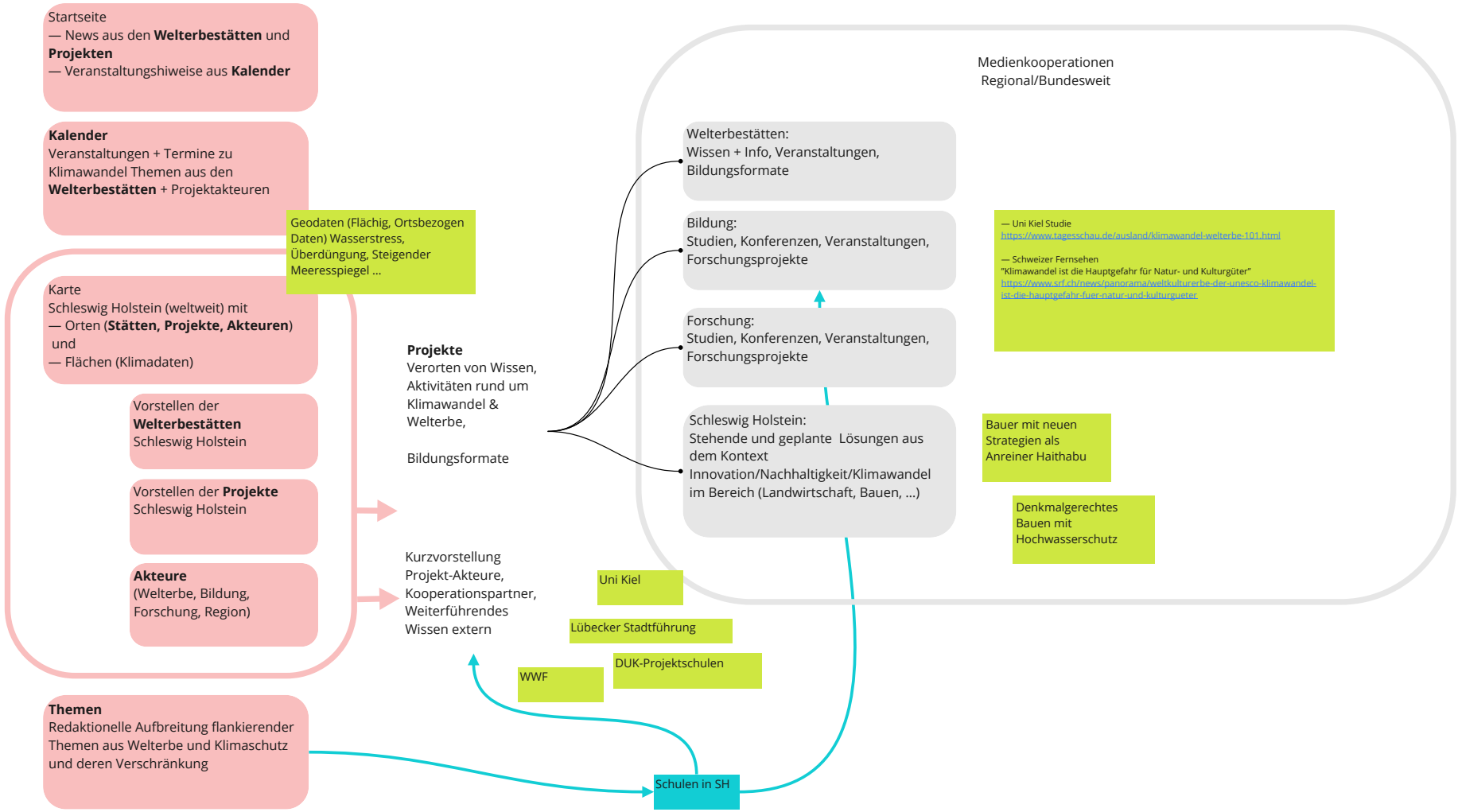
— Motivieren der Beteiligten, Mehrwerte sichtbar machen
Gemeinsame Identifikation für ein Thema schaffen, das in der Umfänglichkeit keiner allein abbilden kann

— Aufbau und Organisation
organisatorische Bündeln von Ressourcen, Zusammenführen von Inhalten

— Umsetzung
1. Stufe: geschlossene Gruppe: Aufbau des Klimawandel-Welterbportal

2. Stufe: offene Gruppe zum aktiven Begleiten von Themen- und Projekten zum Einbinden

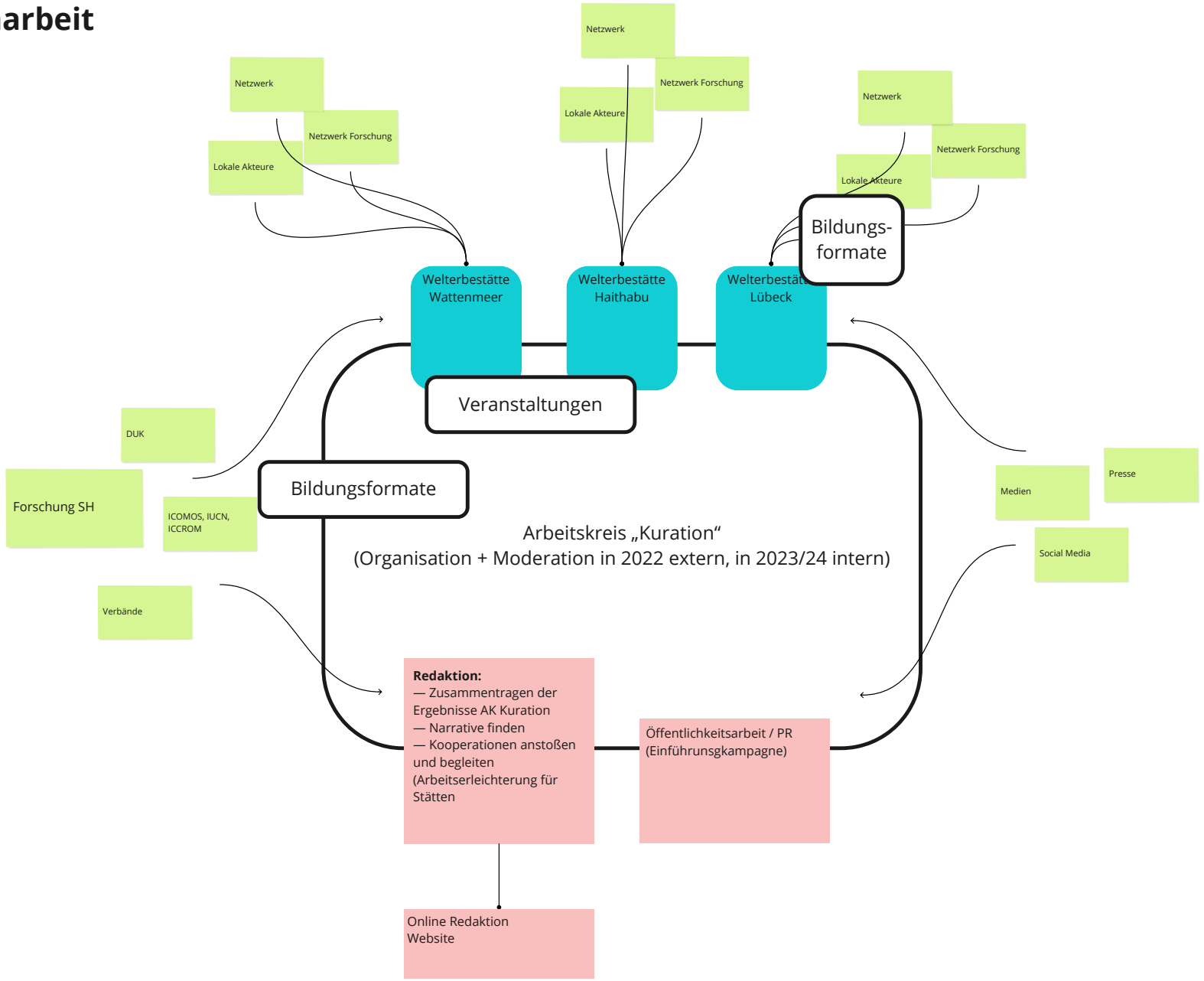
Next Steps:
>> Beteiligungsrunde mit den 3 Welterbestätten
>> Verfahrensweisen, Methoden und Instrumente in der ausführlichen Konzeption ausformulieren




**Panatom**

Netzwerkstrategie Weltnaturerbe und Weltkulturerbe Schleswig-Holstein
Konzept Netzwerkformat

# Zusammenarbeit



**2022**

Erstellen der Plattform
— Themencluster zum Thema Klimawandel kuratieren (aus dem Netzwerk)
— gute Beispiele aus dem Umfeld der drei Welterbestätten finden

— Gestaltung und Programmierung der Plattform

— Einbinden/Einführen und Organisieren der Zusammenarbeit der drei Stätten

— Konzeption Bildungsformate und Veranstaltungsreihen (erste Prototypen)

— Einführungskampagne (Schwerpunkt Social Media)

**Ergebnis:**
Neue umfassende Vorstellung des Welterbe SH
(Verbund, Narrative, nidrigschwellig)

Sichtbarmachen Klimaschutzprojekten in SH (bundesweit)

Bewusstsein und Nahbarkeit der breiten Bevölkerung schaffen
Welterbe zeitgenössisch, medial stark vermitteln

Bildungsarbeit befördern

Qualifizierung der Schnittstellen gen Forschung (Sichtbarkeit von Kontakten/auf Arbeitsebene für alle 3 Stätten)
Impulse für Forschung, Leerstellen aufzeigen

Mediale Sichtbarkeit landes- und bundesweit verstärkt

**2023**

Erweiterung um die dialogischen Formate vor Ort / an den Welterbestätten
als Fachdiskurs,
als Vermittlungsformat in die breit Bevölkerung (nahbar, konkret, niedrigschwellig)

— Anwendung der Bildungsformate

— redaktionelle und organisatorisch Unterstützung der 3 Welterbestätten

...

**Ergebnis**:
Selbstbefähigung der Zusammenarbeit der Stätten

Konkrete Bildungsformate für die 3 Stätten

Mögliche Skalierung der Zusammenarbeit auf alle Welterbestätten zu diesem Thema

**2024**

Erweiterungen nach Erfolgs-Evaluation

Offen Gruppen /sichtbare dialogische Formate auf dem Portal

...

— Themenspezifische Kampagne

Panatom

# Anlage 04
# Nachreichung Konzeptionspräsentation Welterbe im Klimawandel

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

**Netzwerkstrategie Konzeption**
**Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holstein**

# Nachreichung zur Konzeptvorstellung vom 09.03.2022
# Digitale Themen-Plattform der 3 Welterbestätten Schleswig-Holstein: „Welterben der Zukunft“ (Arbeitstitel)

## I.
## Die Richtlinien zum Klimawandel der UNESCO und der DUK sowie Statements zur Rolle der Welterbestätten von der ICOMOS, vom Auswärtigen Amt

Richtlinien der UNESCO zur Durchführung des Übereinkommens zum Schutz des Kultur- und Naturerbes der Welt von 2021:

“ II.F Protection and Management”
“Management systems

[…]

110. An effective management system depends on the type, characteristics and needs of the nominated property and its cultural and natural context. Management systems may vary according to different cultural perspectives, the resources available and other factors. They may incorporate traditional practices, existing urban or regional planning instruments, and other planning control mechanisms, both formal and informal. Impact assessments for proposed interventions are essential for all World Heritage properties.

111. In recognizing the diversity mentioned above, common elements of an effective management system could include:
a) a thorough shared understanding of the property, its universal, national and local values and its socio-ecological context by all stakeholders, including local communities and indigenous peoples;
b) a respect for diversity, equity, gender equality and human rights and the use of inclusive and participatory planning and stakeholder consultation processes;
c) a cycle of planning, implementation, monitoring, evaluation and feedback;
d) an assessment of the vulnerabilities of the property to social, economic, environmental and other pressures and changes, including disasters and climate change, as well as the monitoring of the impacts of trends and proposed interventions;
e) the development of mechanisms for the involvement and coordination of the various activities between different partners and stakeholders;
f) the allocation of necessary resources;
g) capacity building;
h) an accountable, transparent description of how the management system functions.
[…]

118. The Committee recommends that States Parties include disaster, climate change and other risk preparedness as an element in their World Heritage site management plans and training strategies.

118.bis. Notwithstanding Paragraphs 179 and 180 of the Operational Guidelines, States Parties shall ensure that Environmental Impact Assessments, Heritage Impact Assessments, and/or Strategic Environmental Assessments be carried out as a pre-requisite for development projects and activities that are planned for implementation within or around a World Heritage property. These assessments should serve to identify development alternatives, as well as both potential positive and negative impacts on the Outstanding Universal Value of the property and to recommend mitigation measures against degradation or other negative impacts on the cultural or natural heritage within the property or its wider setting. This will ensure the long-term safeguarding of the Outstanding Universal Value, and the strengthening of heritage resilience to disasters and climate change.
[…]

VII.D Principles and priorities for International Assistance
239. In addition to the priorities outlined in paragraphs 236-238 above, the following considerations govern the decisions of the Committee in granting International Assistance:


PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

e) the impact of the activity on furthering the Strategic Objectives or on the implementation of policies adopted by the Committee, such as the Policy Document for the Integration of a Sustainable Development Perspective into the Processes of the World Heritage Convention or the Policy Document on the Impact of Climate Change on World Heritage properties;" [1]

Auf der Website der Deutschen UNESCO-Kommission wurde am 13.12.2017 ein Artikel veröffentlicht mit dem „Richtlinienpapier Welterbe und Nachhaltige Entwicklung" von 2015, in dem die Aufgaben weiter spezifiziert werden:

„Resilienz gegenüber Naturkatastrophen und Klimawandel erhöhen
[…]

„16. Angesichts zunehmender Katastrophenrisiken und Auswirkungen des Klimawandels sollten die Vertragsstaaten erkennen, dass Welterbe sowohl ein zu schützendes Gut als auch eine Ressource zur Stärkung der Fähigkeit von Gemeinschaften und deren Gütern darstellt, den Wirkungen einer Gefahr zu widerstehen, diese zu verkraften und sich davon zu erholen. Im Einklang mit multilateralen Verträgen zu Katastrophenrisiken und Klimawandel sollten die Vertragsstaaten:

i.Das inhärente Potential von Welterbegütern zur Reduzierung von Katastrophenrisiken und zur Anpassung an den Klimawandel durch zugehörige Ökosystemleistungen, traditionelles Wissen und Praktiken und gestärkten sozialen Zusammenhalt innerhalb ihrer Schutz- und Managementstrategien anerkennen und fördern;

ii. Die Vulnerabilität von Welterbegütern und deren Umgebung mindern und die soziale und wirtschaftliche Resilienz der lokalen und mit den Gütern verbundenen Gemeinschaften gegenüber Katastrophen und Klimawandel durch strukturelle und nicht-strukturelle Maßnahmen fördern, einschließlich Bewusstseinsbildung in der Öffentlichkeit, sowie Bildung und Ausbildung. Insbesondere baulich-strukturelle Maßnahmen sollten sich nicht nachteilig auf den außergewöhnlichen universellen Wert der Welterbegüter auswirken;

iii. Die Vorbereitung effektiver Maßnahmen und die Einbeziehung des Prinzips „Building Back Better" in Strategien für den Wiederaufbau nach Katastrophen innerhalb von Managementsystemen und Erhaltungspraktiken für Welterbegüter fördern."[2]

Die Richtlinien heben hier die Rolle der Welterbestätten auch als Vermittler von Resilienz gegenüber Katastrophen und Klimawandel hervor. Die Stätten können dazu in ihrer Vermittlerrolle den Schutz des Erbes aber auch das traditionelle Wissen und Praktiken nutzen. Prof. Dr. Jörg Haspel von der ICOMOS Deutschland spricht auf dem Expert:innen-Workshop am 9. Juli 2021 „International Co-Sponsored Meeting on Culture, Heritage and Climate Change, Modellprojekt Deutschland" in diesem Zusammenhang von einem „Lernraum der Vergangenheit zur Entwicklung ressourcenschonender Zukunftsalternativen":

„Kunst- und Geschichtsdenkmale vor den Auswirkungen des Klimawandels zu schützen oder vor unangemessenen Klimaanpassungsmaßnahmen zu bewahren, war anfangs ein Hauptanliegen der Debatte um klimabedingte Denkmalgefährdungen. Seitdem ist auch die Einsicht gewachsen, dass historische Zeugnisse und das kulturelle Erbe nicht nur ein bedrohtes Schutzgut darstellen, sondern sich auch als Anschauungsmaterial und Anregungspotential, ja womöglich sogar als Lernraum der Vergangenheit zur Entwicklung ressourcenschonender Zukunftsalternativen erschließen lassen."[3]

Der Klimawandel ist ein Thema, dass nicht nur die (Welt-)naturerbestätten betrifft, sondern auch die (Welt-)kulturerbestätten stehen vor den Herausforderungen mit den Folgen umgehen

[1] Quellen: https://www.unesco.de/kultur-und-natur/welterbe/unser-beitrag/welterbe-dokumente-und-informationen
https://whc.unesco.org/en/guidelines/
[2] https://www.unesco.de/sites/default/files/2018-02/Richtlinienpapier%20Welterbe%20und%20Nachhaltige%20Entwicklung.pdf
[3] Prof. Dr. Jörg Haspel, Präsident von ICOMOS Deutschland, in International Co-Sponsored Meeting on Culture, Heritage and Climate Change, Modellprojekt Deutschland, Bericht zum Expert:innen-Workshop am 9. Juli 2021


PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

zu müssen, so auch die Direktorin des UNESCO World Heritage Centre Dr. Mechtild Rössler bei dem Expert:innen-Workshop am 9. Juli 2021:

"Der Klimawandel ist das bestimmende Thema unserer Zeit, und seine Auswirkungen auf das Kulturerbe, die von langsamen, allmählichen Veränderungen bis hin zu extremen Wetterereignissen reichen, sind heute deutlicher denn je. Aus diesem Grund ist es von entscheidender Bedeutung, die Rolle der Kultur in die Klimaschutzmaßnahmen einzubeziehen – sowohl als gemeinsames globales Gut, welches vor den Auswirkungen des Klimawandels geschützt werden muss, als auch als übergreifende Ressource für die Eindämmung des Klimawandels und die erforderliche Klimaanpassung daran. Die UNESCO arbeitet seit 2005 speziell zum Thema Klimawandel und Natur/Kulturerbe und setzt sich aktiv dafür ein, die Auswirkungen des Klimawandels auf die Kultur zu thematisieren und ihre Rolle für den Klimaschutz zu fördern." [4]

Dr. Britta Ringbeck vom Auswärtigen Amt macht im selben Zuge auf die „fehlende integrierte nationale Strategie zum Schutz von Biodiversität aufmerksam.[5]

[4] Dr. Mechtild Rössler, Direktorin des UNESCO World Heritage Centre, International Co-Sponsored Meeting on Culture, Heritage and Climate Change, Modellprojekt Deutschland, Bericht zum Expert:innen-Workshop am 9. Juli 2021
[5] Dr. Birgitta Ringbeck, Auswärtiges Amt, in International Co-Sponsored Meeting on Culture, Heritage and Climate Change, Modellprojekt Deutschland, Bericht zum Expert:innen-Workshop am 9. Juli 2021)


PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

## II.
## Cluster für die digitale Themen-Plattform „Welterben der Zukunft“ (Arbeitstitel)

Über den aktuellen und relevanten Themenkomplex, der alle drei Welterbestätten anspricht, wird die Netzwerkarbeit befördert und mit der Plattform ein vermittelnder Anker zur Sichtbarkeit der Stätten und ihrer Arbeit gesetzt. Die digitale Plattform verschränkt die Arbeit an Nachhaltigkeitsthemen in Bezug auf die klimatischen Veränderungen der Welterbestätten SH mit der Vermittlung des schleswig-holsteinischen Welterbes im weltweiten Kontext.

Über die Veranstaltungen mit Fachleuten, Akteuren aus Bildung und Forschung wird spezifisches Wissen für die Stätten in Schleswig-Holstein zusammenzutragen und damit Handlungsszenarien generiert, die die Welterbestätten Schleswig-Holsteins unterstützten, die Stätten für die zukünftigen Generationen zu erhalten. Mit der Dokumentation können andere Natureinrichtungen, Kultureinrichtungen und weltweite Welterbestätten dieses Wissen weiter für ihre Einrichtungen verwenden.

Das Thema hat großes Schnittstellenpotenzial zur „Fridays for Future Generation“ aber auch für Menschen, für die Kultur oder gar Weltnatur- und Weltnaturerbe sehr abstrakt und von ihrer alltäglichen Realität entfernt scheint und für die über das Thema mit den aktuellen Bezügen und gesellschaftlichen und sozialen Dimensionen, auch das Welterbe Schleswig-Holsteins nahbar gemacht werden kann. Für sie soll das generierte Wissen im Zusammenhang mit dem Weltkultur-, Weltnaturerbe, dem Immateriellen Kulturerbe und dem Weltdokumentenerbe anschaulich aufgearbeitet werden.

Es wird ein lebendiges Bild von Welterbe vermittelt, in dem der Nutzen von historischem Wissen, von vergangenen Kulturen und von der Natur einen Bezug zur aktuellen Lebensrealität bekommt, der neugierig macht, sich weiter mit dem Themen und dem Welterbe auseinanderzusetzten.

Für das Netzwerk der Welterbestätten wird mit diesem konkreten Thema ein Modellprojekt der Zusammenarbeit initiiert, dass sie motivieren und befähigen soll, nach einer moderierten Phase in Zukunft an weiteren Themen gemeinsam zu arbeiten.

### Beispielhafte Vorkonzeption Themencluster:
### „Kulturen im Klimawandel – Lernen von der Geschichte“

**Thema 1:**
Lernen von der Geschichte (Teil 1): Kulturen im Klimawandel, Wissensvermittler für den Umgang mit Klimaveränderung. Zum Verständnis aktueller Herausforderungen anhand archäologischer Daten zur Bestimmung von lokalen oder regionalen Auswirkungen klimatischer Veränderungen.

**Thema 2:**
Lernen von der Geschichte (Teil 2): Archäologie als Wissensvermittler für den Umgang mit Klimaveränderung:Trockenere oder feuchtere Böden mit welchen Folgen für die Bodenschätze und Wissensverluste?

**Thema 3:**


PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

Lernen von der Geschichte (Teil 3): Archäologie als Wissensvermittler für den Umgang mit Klimaveränderung: Mit welchen Arten ist in Zukunft vermehrt zu rechnen, welche Arten werden nicht mehr da sein, wie integrieren wir ungeliebten invasive Arten, welche Folgen haben die Veränderung von Flora und Fauna auf die Welterbestätten?

Beispiel /Aufarbeitung und narrative Anreicherung der erhaltenden Informationen für die Plattform:
Wie gehen wir mit invasiven Arten um? Manche sind eine Bedrohung für heimische Arten, manche bereichern den Speiseplan und wieder andere sind einfach seit Jahrhunderten da und haben sich mit den einheimischen Arten arrangiert. Anhand einzelner invasiven Arten und Funden aus dem Wattenmeer, Haithabu/Danewerk und Lübeck und können diese Geschichten ihres Lebens, ihrer Kulturen und ihres Untergangs, ihrer Feinde (Klima, andere Arten) erzählt werden und mit vergangenen Geschichten vergleichen werden. In der Synergie von Weltnaturerbe und Weltkulturerbe wird beispielhaft verständlich gemacht, was von der Archäologie für die Zukunft gelernt werden kann.

Veranstaltung:
ExpertInnen wie GeologInnen, ArchäologInnen, BiologInnen und Klimaforscher im Dialog.

Gäste: Es werden weitere dezidiert interessierte Vertreterinnen aus den Universiäten z.B. Heritage Studies und Climate Change Studies, Biologie, Geologie, Archäologie, Denkmalpflege sowie LehrerInnen aus Schulen eingeladen.

Beispiel für einen Ansatz zur Bildung an Schulen:
Bildungsmaterial mit nahbaren Aufgabenstellungen oder didaktisches interaktive Format: Meine Bluse, mein Handy, Plastiktüten. Was könnten meine Nachfahren über mich, meine Kultur erfahren? Was bleibt von mir, wie lange und wo?

Dokumentation:
Liveveranstaltung/Aufzeichnung der Veranstaltungen für die Plattform.
Vermittelnde/textuelle/bebilderte Aufbereitung für die Plattform
Dokumentation der Bildungsformate durch die Akteure

## Weitere mögliche Themencluster

### — „Steigender Meeresspiegel und Baudenkmäler"

Thema: Zu den Auswirkungen eines steigenden Wasserspiegels auf die Bausubstanz alter Gebäude, die meist anders im Boden verankert sind als moderne Bauten und mehr Feuchtigkeit ziehen. Erklärung des Backsteins, des Herstellungsprozesses mit seiner Geschichte und seiner unmittelbaren Verbindung zu Entstehung Lübecks Altstadt sowie seiner Bedeutung für das heutige Welterbe und seinen Erhalt mit dem positiven Effekt einer Reduzierung von CO2- Emissionen. Inhaltlich verknüpft mit Seiten zum Immateriellen Kulturerbe „Bauhütte", „Lübecker Kirchbauhütte" und dem Weltkulturerbe Lübeck.

Veranstaltung:
Expertengespräch mit VertreterInnen z.B. aus den Bereichen Klimaschutz (Kiel Marine


PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

Panatom

# Anlage 05
# Skizze Netzwerkformat 2.1: Plattform Bildungsakteure um das Welterbe Schleswig-Holstein

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Science, Zentrum für interdisziplinäre Meereswissenschaften an der Christian-Albrechts-Universität zu Kiel): Wie könnte die Bodensubstanz sich in Lübeck, Haithabu bis 2050 verändert haben?
Vergleichswissen aus dem Netzwerk Wattenmeer, Bau, Denkmalpflege, RestauratorInnen und HandwerkerInnen der Bauhütte (immaterielles Kulturerbe) berichten anhand von Forschungen und Praxiserfahrungen

—„Vorbild Weltkulturerbe: Nachhaltig Bauen"
Um Klimaziele einhalten zu können, müssen wir anders wirtschaften. Es wird davon ausgegangen, dass 40% der Treibhausgasemissionen auf die Bauwirtschaft zurückgehen. Was wir von alten Handwerkstechniken lernen können?
Erklärung der Wikingerhäuser: Warum stehen die Häuser da? Woher wusste man, dass die alten Häuser sich genau hier befunden haben? Welche Eigenschaften haben die Häuser, die heute für den modernen Hausbau wiederentdeckt werden? Was macht die Lehm- und Holzhäuser besonders nachhaltig im Gegensatz zu Betonbauten? Wie können aktuelle Bestrebungen im „Robusten Bauen" bzw. „Einfachen Bauen" vom Welterbe in Schleswig Holstein lernen?

Veranstaltung:
VertreterInnen der Bauwirtschaft, Denkmalpflege, Handwerker der Bauhütte (immaterielles Kulturerbe) berichten anhand von Forschungen und Praxiserfahrungen
Holzbau, Lehmbau, craidletocraidle


PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

# Weltnatur- und Weltkulturerbe Schleswig-Holstein
# Netzwerkstrategie

## Zusammenfassung Workshop Weltnaturerbe Schleswig-Holstein

**Termin:** 29.03.2022
**Zeit:** 11:00 – 13:00 Uhr

**TeilnehmerInnen:**

WELTNATURERBE WATTENMEER
Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein
— Maren Bauer, Referat Meeresschutz, Nationalpark

Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein (LKN)
— Dr. Christiane Gätje, Nationalparkverwaltung - Fachbereich Kommunikation und Nationalpark-Partner

WELTKULTURERBE LÜBECK
Hansestadt Lübeck
— Dr. Irmgard Hunecke, Leiterin Denkmalpflege
— Dr. Manfred Schneider, Bereichsleiter Archäologie
— Catharina Vogel, Welterbekoordinatorin

Lübeck und Travemünde Marketing GmbH
— Barbara Schwartz

WELTKULKTURERBE ARCHÄOLOGISCHER GRENZKOMPLEX DANEWERK UND HAITHABU
Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein
— Matthias Maluck, Welterbebüro und Site Management

Kreis Schleswig-Flensburg e.V.
und Geschäftsführung Haithabu und Danewerk e.V.
— Astrid Hummel, Projektmanagement Welterbe Haithabu und Danewerk

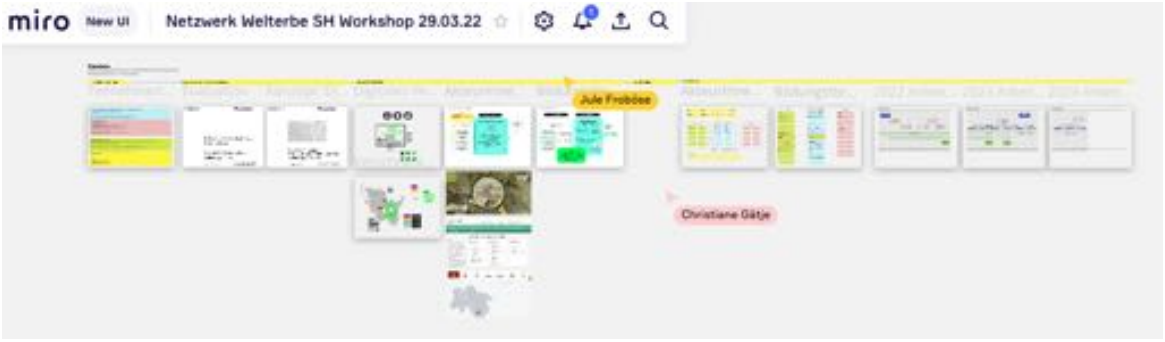
MINISTERIUM FÜR BILDUNG, WISSENSCHAFT UND KULTUR DES LANDES SCHLESWIG-HOLSTEIN
— Marion Schwarz

PANATOM
— Jule Froböse, Geschäftsführerin
— Philipp Hartung, Projektmitarbeiter
— Kristina Worthmann, Projektleiterin


PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

| Tops | Anlage |
|---|---|
| **Evaluation**<br>Umfragen, Workshops, Wünsche und Themencluster | 1 |
| **Vorstellung Konzept**<br>Digitales Vernetzungs- und Bildungstool für alle Akteure des Weltnatur- und Weltkulturerbes | 2 |
| **Diskussion**<br>Bestehende und mögliche AkteurInnen<br><br>Bestehende und mögliche Bildungsformate | 3 |
| **Umsetzung**<br>Arbeits- und Ablaufplan | |

Workshop-Board in Miro:
Siehe auch: https://miro.com/app/board/uXjVODOJjbY=/?invite_link_id=83092343574
PW: 2903_Netzwerkstrategie

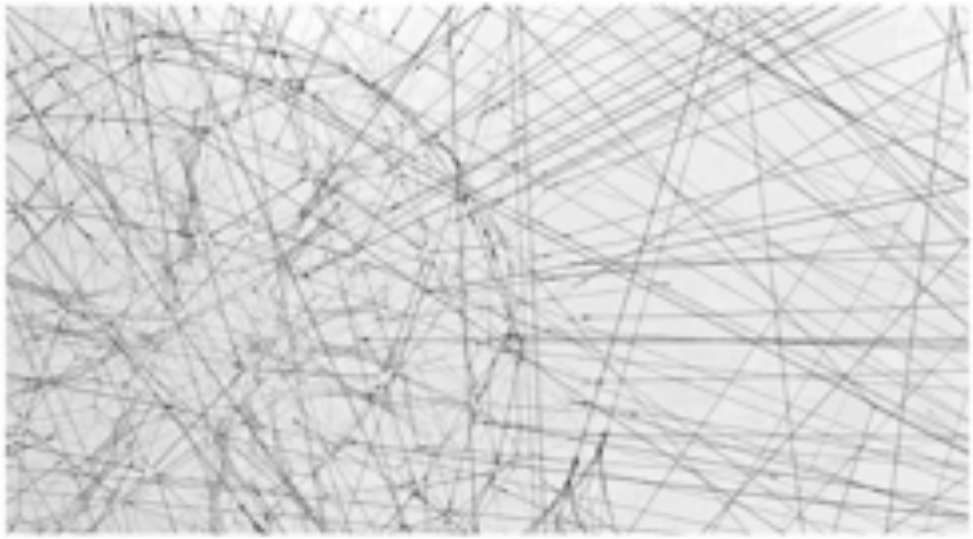




PANTOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510 HELLO@PANATOM.DE

VISION STRATEGIE
KONZEPTION WISSENSTRANSFER
KOMMUNIKATIONSRÄUME

Panatom



# Netzwerkstrategie Weltnatur- und Weltkulturerbe Schleswig-Holstein

29.03.2022

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

**WELTKULKTURERBE ARCHÄOLOGISCHER GRENZKOMPLEX DANEWERK UND HAITHABU**
Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein
**Matthias Maluck**, Welterbebüro und Site Management

Kreis Schleswig-Flensburg e.V. und Geschäftsführung Haithabu und Danewerk e.V.
**Astrid Hummel**, Projektmanagement Welterbe Haithabu und Danewerk

**WELTKULTURERBE LÜBECK**
Hansestadt Lübeck
**Dr. Irmgard Hunecke**, Leiterin Denkmalpflege, Hansestadt Lübeck
**Dr. Manfred Schneider**, Bereichsleiter Archäologie
**Catharina Vogel**, Welterbekoordinatorin, Hansestadt Lübeck

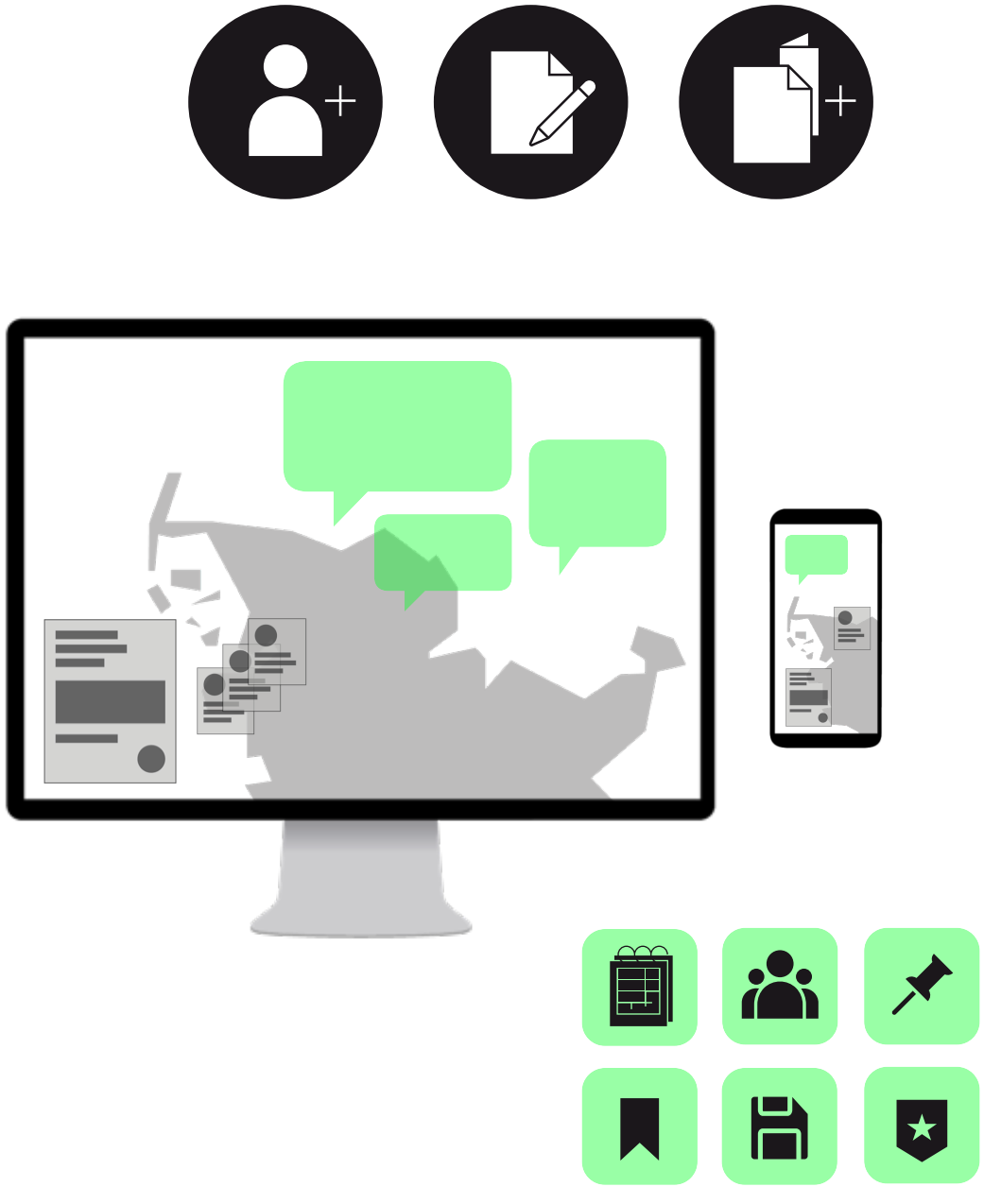
Lübeck Travemünde Marketing GmbH
**Barbara Schwartz**, Leiterin Marketing & Contentmanagement

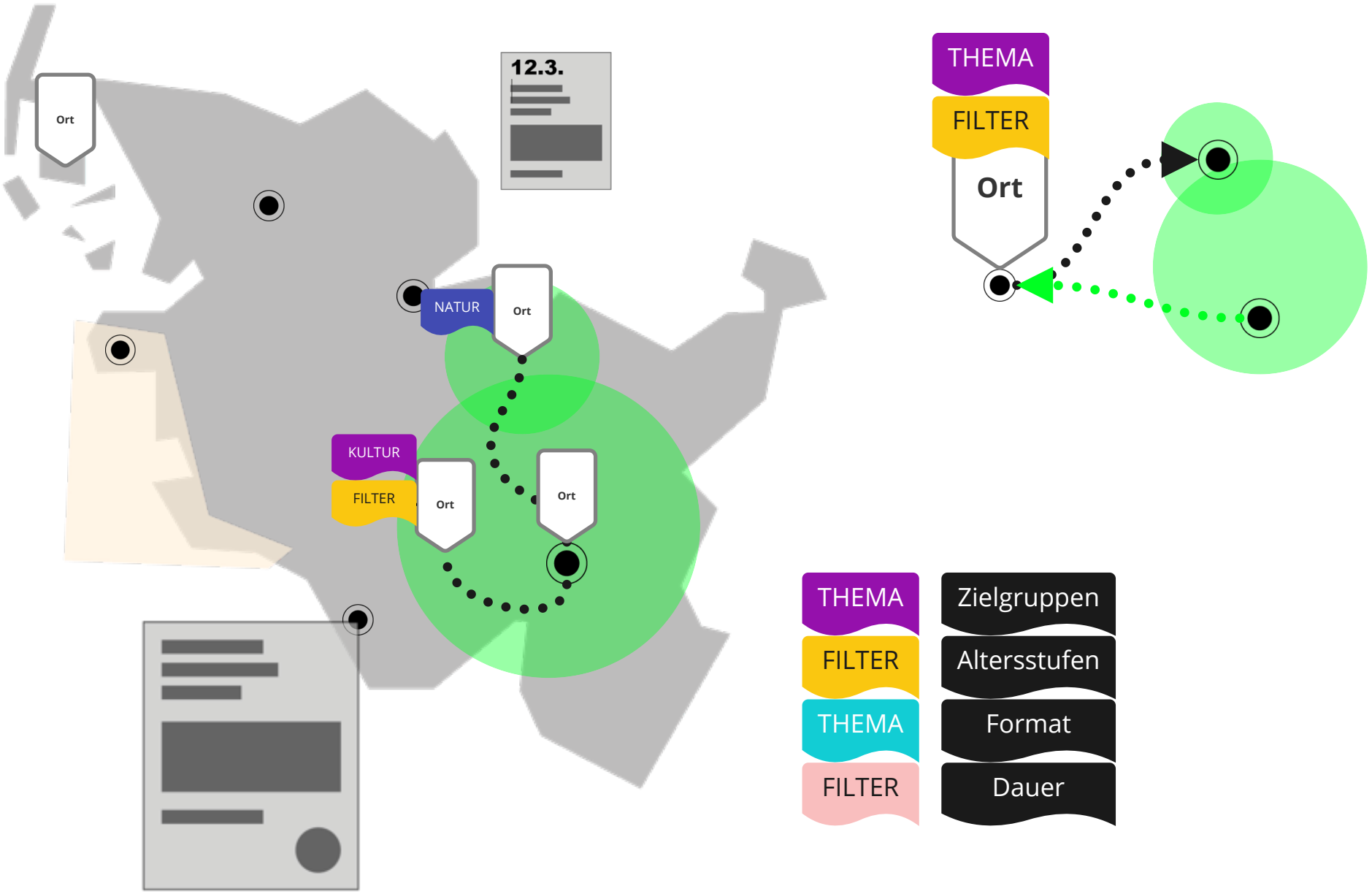
**WELTNATURERBE WATTENMEER**
Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein
**Maren Bauer**, Referat Meeresschutz, Nationalpark

Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein (LKN)
**Dr. Christiane Gätje**, Nationalparkverwaltung - Fachbereich Kommunikation und Nationalpark-Partner

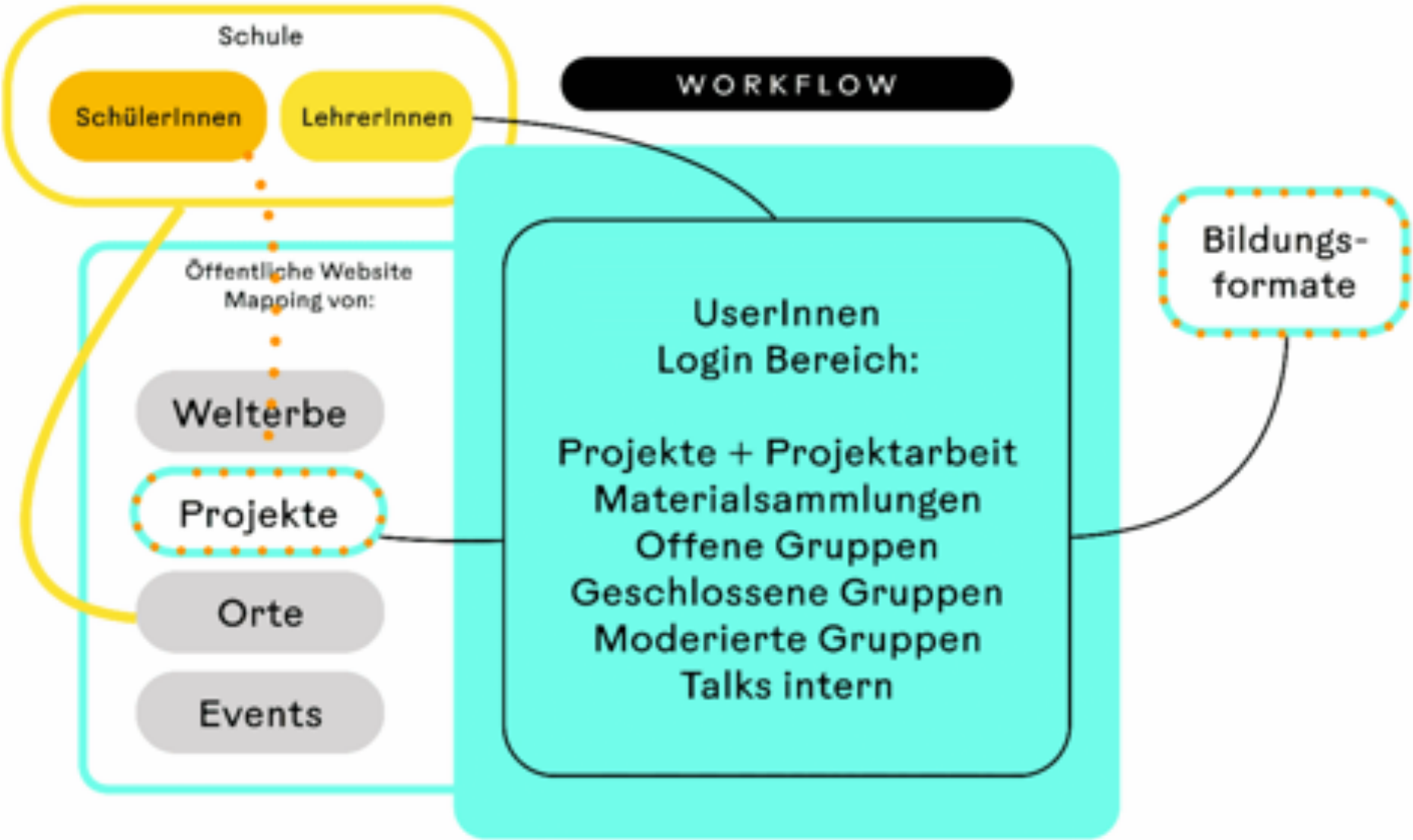
Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur des Landes Schleswig-Holstein
**Marion Schwarz**
---

Panatom
**Jule Froböse**, Geschäftsführerin
**Philipp Hartung**, Projektmitarbeiter
**Kristina Worthmann**, Projektleiterin

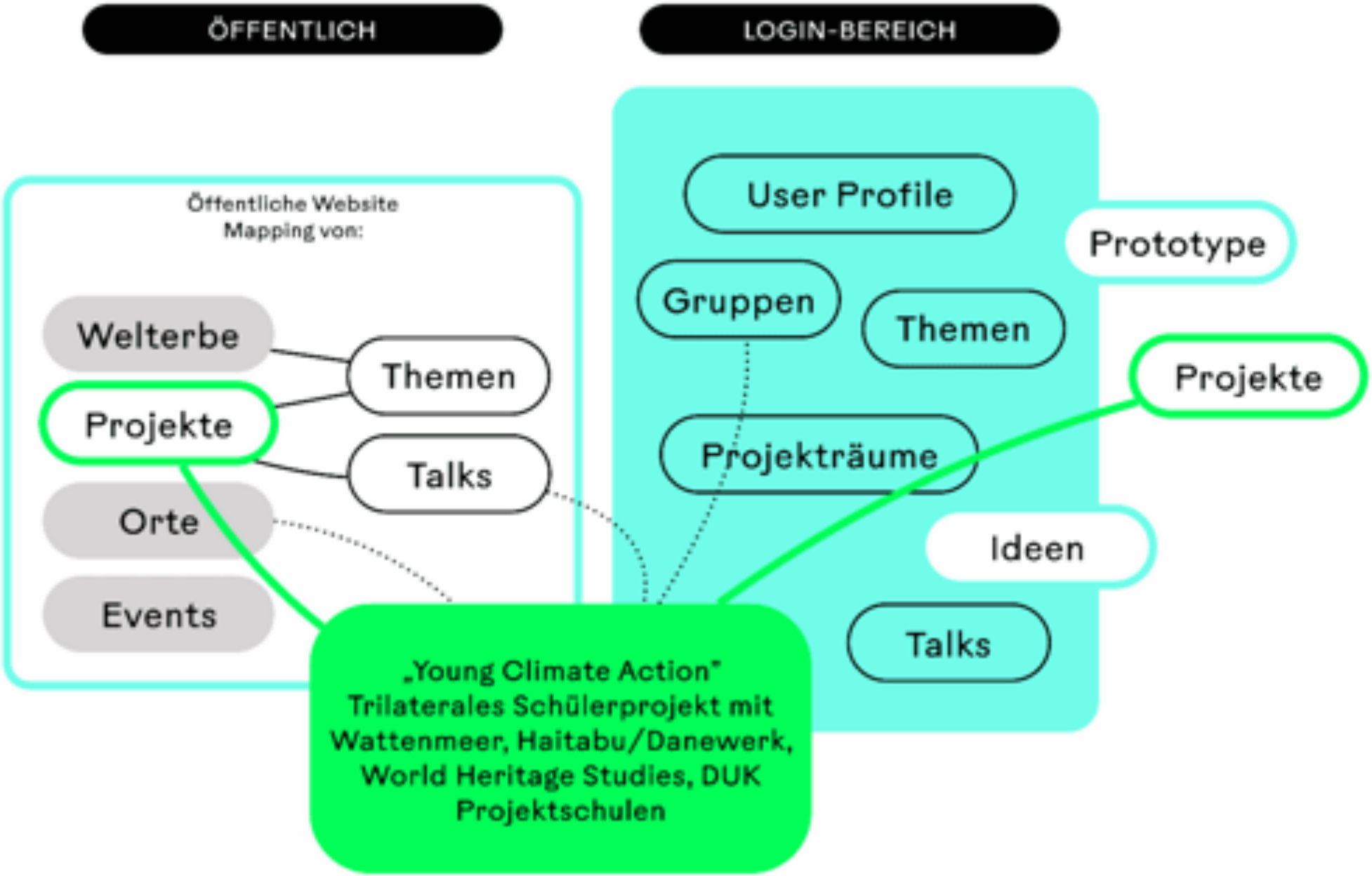



Ort
12.3.
NATUR
Ort
KULTUR
FILTER
Ort
Ort
THEMA
FILTER
Ort
THEMA
FILTER
THEMA
FILTER
Zielgruppen
Altersstufen
Format
Dauer

BETEILIGUNG: ZUGANG UND SICHTBARKEIT



VERSCHRÄNKUNG AKTEURE + INHALTE



Infostätten

Schulen

VertreterInnen Immaterielles Kulturerbe

Universitäten

Museen/ Ausstellungshäuser

Berufsschulen, Fachschulen

VertreterInnen Weltdokumentenerbe

Institute

## Wattenmeer

- Infozentren
- Wadden Sea School
- Nationalpark

## Danewerk / Haithabu

- Danewirke Museum
- Wikinger Museum Haithabu
- Stadtmuseum Schleswig
- Danewerk Haithabu e.V.

## Lübeck

- Hansemuseum

## Akteure aus dem gemeinsamen Umfeld

- Projektschulen

## Wattenmeer

- Lernwerkstatt „Klimawandel im Wattenmeer“
- Wattenmeer Explorer
- Erlebnistouren durchs Watt
- Klassenfahrten-Planungs-Guide
- Naturfilm-Camp „Green Screen"
- **„Young Climate Action“**
- **Infomobil**
- Poster „Natur kennt keine Grenzen“
- **Welterbe-Bildung**
- International Wadden Sea School
- Wadden Games
- Small Five

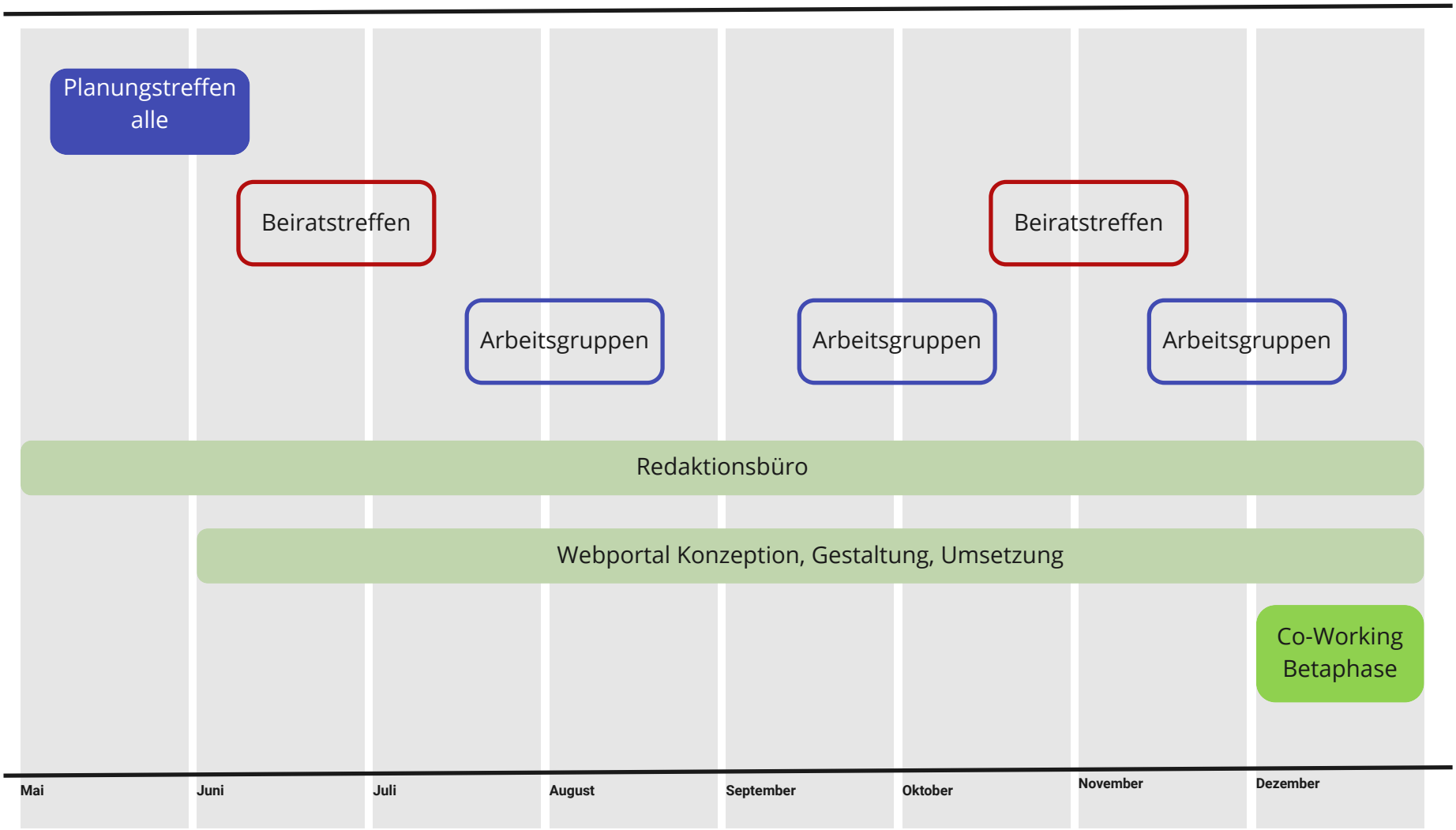
## Danewerk / Haithabu

- Schulpaket zum Thema Grenzen
- Ausstellung mit AnwohnerInnen
- Wanderung entlang der Grenzen
- Wikinger-Bildungspaket
- Guided Tour mit Künstlerin
- **„Young Climate Action“**
- **Infomobil**
- digitaler Spaziergang mit archäologischen FundstückenSpaziergang mit archäologischen Fundstücken
- 360 Grad Rundgang durch das Welterbe
- Wimmelbild
- „Grenzübergreifendes europäisches Welterbe – Ein Thema für UNESCO-Projektschulen“

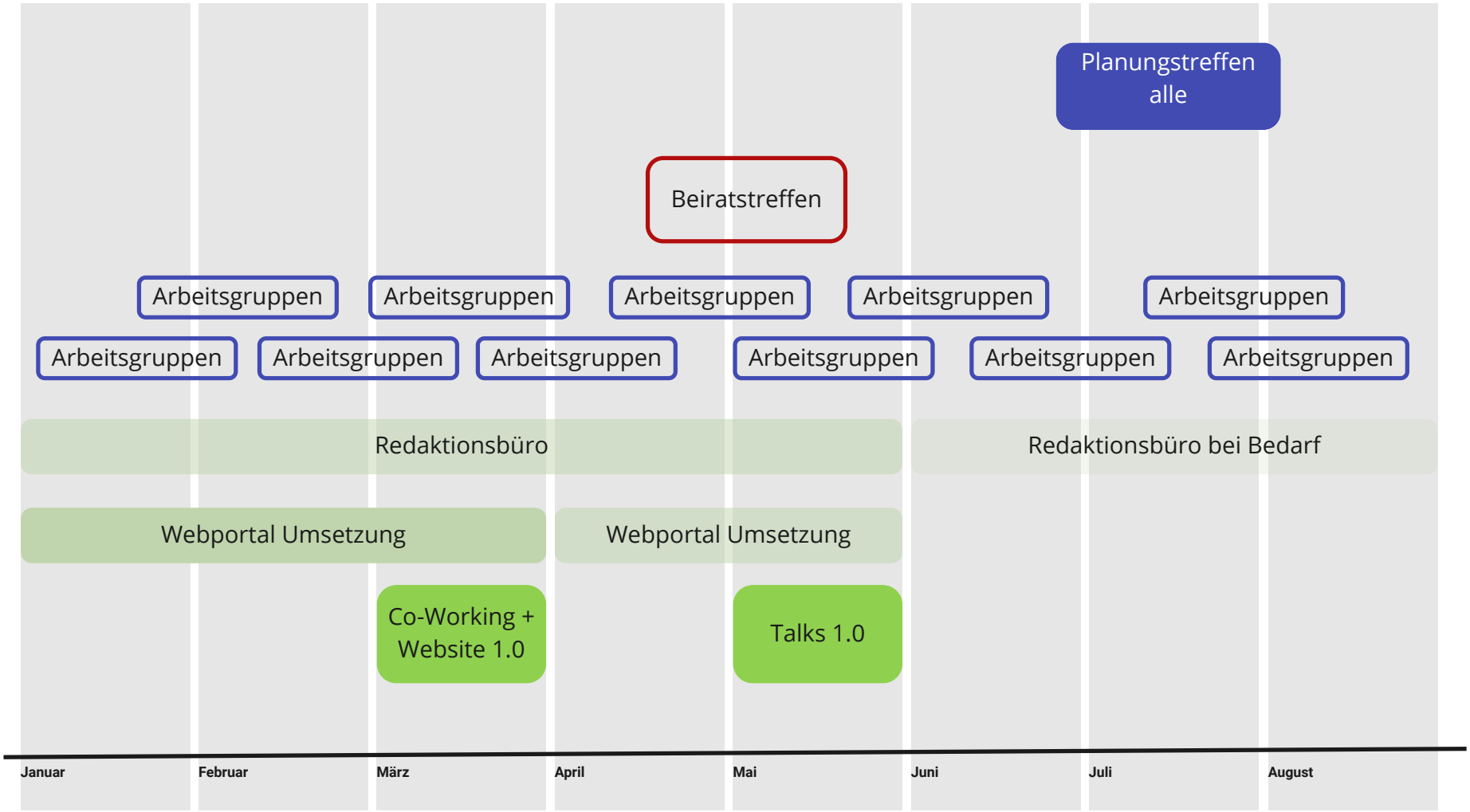
## Lübeck

- Hansemuseum
- Stadtführungen
- Lübecker Kirchenbauhütte
- Buddenbookhaus
- Kirchen: Orgelprojekte (Immaterielles Kulturerbe)

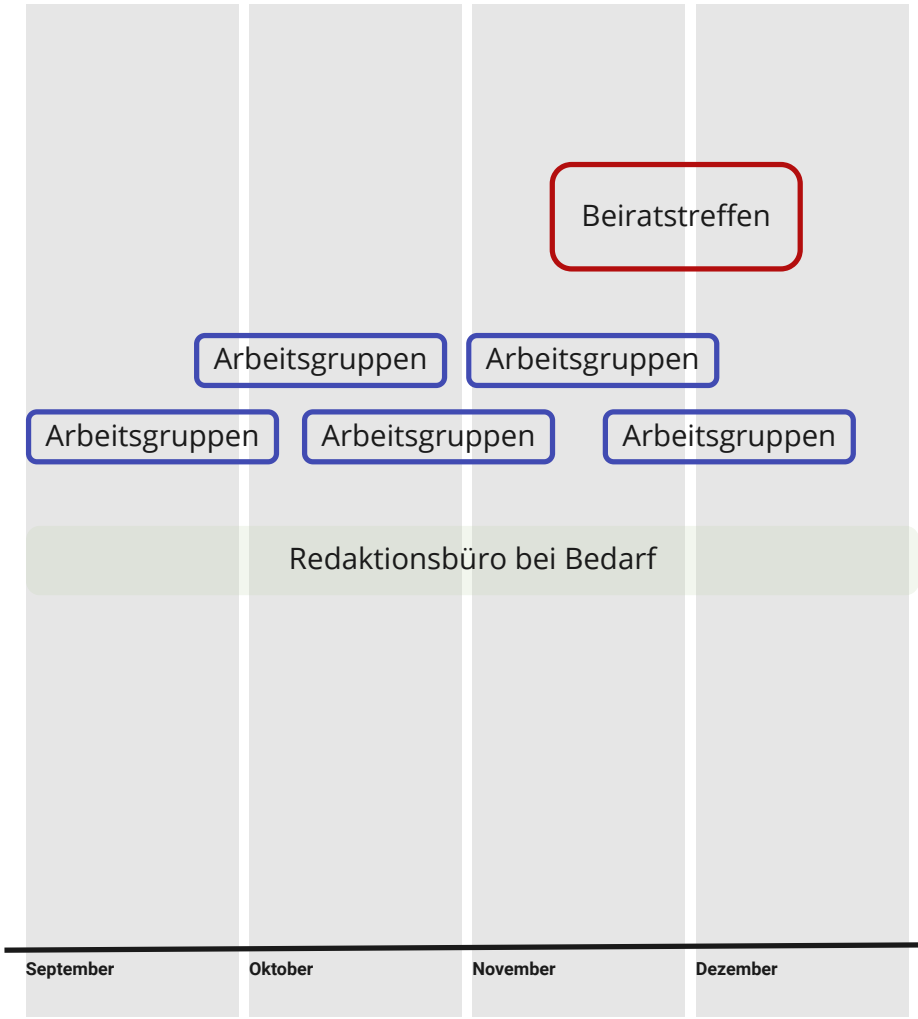
PHASE 1 — 2022


Planungstreffen
alle
Beiratstreffen
Beiratstreffen
Arbeitsgruppen
Arbeitsgruppen
Arbeitsgruppen
Redaktionsbüro
Webportal Konzeption, Gestaltung, Umsetzung
Co-Working
Betaphase
Mai
Juni
Juli
August
September
Oktober
November
Dezember

PHASE 1/2 — 2023



PHASE 2 — 2023


Beiratstreffen
Arbeitsgruppen
Arbeitsgruppen
Arbeitsgruppen
Arbeitsgruppen
Arbeitsgruppen
Redaktionsbüro bei Bedarf
September
Oktober
November
Dezember

# Netzwerkstrategie Welterbe Schleswig-Holstein
# Erläuterung Konzept / Wireframes

Liebe VertreterInnen der Schleswig-Holsteiner Welterbestätten,

nach dem Feedback zu dem im Workshop vorgestellten Konzept und den damit zum Ausdruck gebrachten Vorbehalt gegenüber den geplanten Arbeitseinsatz durch die Stätten, haben wir – wie zum Teil schon angekündigt – das Konzept noch einmal reduziert und den Co-Working-Space gestrichen. Wenn Sie in Zukunft motiviert sind und die Zeit aufbringen können, zusammen an Projekten zu arbeiten, dann individuell nach Bedarf und gerne auch im Rahmen des Portals. Aus dem Konzept haben wir diesen Teil rausgenommen.
Die Verknüpfung findet über die welterbespezifischen Themen statt, sodass auch andere Bildungseinrichtungen wie Museen usw. auch daran anknüpfen können.

Sie finden in der Anlage nun ausgewählte Wireframes, die beispielhaft skizzieren, wie das Portal für das Welterbe in Schleswig-Holstein aufgebaut sein könnte. Der Zugang soll später visuell als auch sprachlich niedrigschwellig gestaltet werden, sodass eine möglichst große Offenheit für diverse Zielgruppen besteht. Bitte beachten Sie: Wireframes sind kein fertiges Webdesign und nicht redaktionell ausgestaltet. Schriften, Farben, Formen, Dimensionen und Wording dienen nur einer möglichen Priorisierung von Inhalten.

Das Portal bindet das (Welt-)erb[1]e in Schleswig-Holstein – also das Weltnatur- und das Weltkulturerbe ebenso wie das Weltdokumentenerbe und das Immaterielle Kulturerbe – auf der Startseite über eine interaktive **Karte** an Bildungsträger und Lernorte wie Schulen, Vereine, Stiftungen, Museen sowie Wissenschaftliche Einrichtungen. Die Schnittstellen werden dabei über welterbespezifische Themen gesetzt. Die Karte schafft also Transparenz auf Fragen wie: „Wo finde ich das Welterbe?“, „Wer kümmert sich um das Welterbe?“, „Was macht das Welterbe?“.
Außerdem erscheinen auf der Startseite besondere oder aktuelle Programme und es können „Annoncen” gesetzt werden. Wir können uns eine Projektkategorie vorstellen, die explizit Suchende darstellt, also nicht nur gute Beispielprojekte zum Wissenstransfer abbildet, sondern auch Suchende und Anbieter vermittelt: z.B. eine Forschungseinrichtung sucht Themen bzw. Themenräume, eine Schule sucht Projektpartner für ein Format, ein Museum sucht Impulse für eine Veranstaltungsreihe …

Das (Welt-)erbe an sich wird auf der Seite **Erbe** (ausgezeichnetes Weltnaturerbe, Weltkulturerbe, Immaterielles Kulturerbe und Weltdokumentenerbe in SH) differenziert und übergreifend erklärt und außerdem auf die dazugehörigen Einrichtungen und die unmittelbar angliederten Einrichtungen verwiesen. Die Bildungs- und Forschungseinrichtungen selbst bekommen auf der Seite **Akteure** einen Raum. Es wird hier zwischen Akteuren, die Angebote im Bereich der Bildung und Forschung entwickeln oder anbieten und Akteuren, die die

[1] Das Immaterielle Kulturerbe fällt nicht unter Welterbe, weshalb hier die Klammern gesetzt sind.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Angebote nutzen bzw. sich an ihnen beteiligen, differenziert. Die Verbindungen – sofern gegeben – zum (Welt-)erbe sollen hier neben der Kurzbeschreibung der Einrichtungen erläutert werden.
Alle AkteurInnen sollen mit AnsprechpartnerInnen versehen werden, sodass eine gegenseitige Kontaktaufnahme möglich ist. Angeteasert werden auf der Seite Erbe ferner welterbespezifische Themen wie „Welterbe & Klimawandel“, „transnationale Beziehungen“, „SDG’s“ usw. Auf einer Extraseite werden die **Themen** im Zusammenhang erläutert.
Auf der Seite **Projekte** werden sämtliche Programme ausgehend oder anknüpfend an das jeweilige Welterbe-Programm gesammelt. Das kann sowohl konkrete Veranstaltungen, Projekte als auch deren Dokumentationen in Form von Videos, Berichten, Fotostrecken, Blogs usw. beinhalten.
Auf der Seite **Materialien** gibt es die Möglichkeit Publikationen, Lernmaterialien, Anleitungen etc. zu suchen und personalisiert zu sammeln. Je nach Relevanz werden (Welt-)erbe, Akteure, Projekte und Materialien übersichtlich miteinander verlinkt.
Die einzelnen Seiten beinhalten Filter für:

- Zielgruppen/Akteure (z.B. 11. Klasse, Forschung, Barrierefrei, englischsprachig usw.)
- Themengebiete (z.B. welterespezifische Themen aber auch Kunst, Geschichte, Biologie, Archäologie usw.)
- Formate (digitales Lernangebot, Ausstellung, Führung usw.)

Mehrwerte: Im Zentrum stehen die Welterbethemen, die an verschiedene AkteurInnen, Themengebiete und Formate angegliedert werden, um zum einen eine übergeordnete Vermittlungsebene zu haben, auf der sich das Welterbe in der realistischen aber überschaubaren Komplexität präsentiert und zum anderen, um die Relevanz der verschiedenen AkteurInnen für das Welterbe zu markieren. Diese können sich auf diese Weise stärker mit dem Welterbe identifizieren und für neue Kollaborationen öffnen. Solche übergreifenden Themen können die SDGs, Klimawandel, transnationale Zusammenarbeit usw. beinhalten und Zusammenhänge zwischen dem Weltnaturerbe- mit dem Weltkulturerbe oder dem Infozentrum in Cuxhaven mit der UNESCO-Projektschule in Lübeck und der FH-Westküste aufzeigen und so weitere oder potenzielle PartnerInnen zusammenbringen. Die Sammlung an Programmen und Materialien sind dauerhaft beworben für potenzielle TeilnehmerInnen/NutzerInnen aber auch für die gestaltenden AkteurInnen, die sich hier Anregungen für eigene Programme holen können und auch Kooperationen mit den jeweiligen UrheberInnen bzw. sämtlichen AkteurInnen ins Auge fassen können. Programme und Materialien können als Vorlagen für neue genutzt werden und auch als Prototypen fungieren, was im digitalen Bereich zum Beispiel mit einer erheblichen Kosteneinsparung bei der Programmierung einhergehen kann.
Die Netzwerke sollen über das Portal für Interne und Externe sichtbar werden, um sie ggf. schneller aktivieren zu können. Interessensgruppen werden mit der Zeit sichtbar und können gezielter angesprochen werden.
Für das (Welt-)erbe und die Einrichtungen hat die Plattform auch qualitativ werbende Funktion bei den diversen Einrichtungen, die hier einen Raum finden. Jemand, der durch Interesse am Wattenmeer auf die Seite findet, wird auch auf die anderen Welterbestätten in Schleswig-Holstein aufmerksam.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Über das Portal erhält das (Welt-)erbe in SH an sich ein Dach bekommen. Es würde Weltnaturerbe neben dem Weltkulturerbe, neben dem Immateriellen Kulturerbe und neben dem Weltdokumentenerbe stehen. Unsere These ist, dass alle Stätten und angegliederten Einrichtungen ein Programm haben, dass sich auch welterebspezifisch kuratiert und dargestellt werden kann, um das (Welt-)erbe mit seinen umfassenden Dimensionen und Netzwerken dadurch stärker werden zu lassen, die angegliederten Einrichtungen stärker einzubinden und zu motivieren, das Welterbe nicht nur über die „Objekte“ sondern mit den Werten dahinter zu identifizieren, die auch eine politische und globale Dimension haben – und damit eine besonders große Verantwortung tragen, das Erbe zu schützen, zu erforschen und zu vermitteln. Welterbe sein, heißt ein Teil der UNESCO mit all seinen Wertevorstellungen und Visionen zu sein.

Das Welterbe in Lübeck hat bisher keinen sichtbaren Raum für seine Bildungs- und Forschungsakteure.
Die wesentliche Arbeit um das Welterbe findet im Rahmen der Archäologie, der Denkmalpflege, der Bau- und Stadtentwicklung statt. Außerdem bewirbt die Lübeck Marketing und Tourismus GmbH das Welterbe übergreifend. Die Museen und Kirchen im Welterbe und mit thematischer Nähe zum Welterbe fungieren als Vermittler des Welterbes (laut Managementplan), was bisher allerdings auf den Websites nicht sichtbar ist. So werben einige Einrichtungen damit, dass sich im Weltkulturerbe befinden, aber nicht, was intern welterbespezifisch zu entdecken ist. Mit der Plattform würde Lübeck eine greifbare übergeordnete Vermittlungsebene zum Welterbe etablieren. Die Vielfalt des Welterbes Lübeck mit all den Denkmälern und archäologischen Funden aus verschiedenen historischen Epochen könnte zusammen mit dem Welterbe wirken und seine Vielfalt aufzeigen.
Der Wunsch war es außerdem mehr Schnittstellen zur Forschungseinrichtungen und Bildungseinrichtungen herzustellen, die auf der Plattform ebenfalls als Akteure der Bildungslandschaft angegliedert werden.

Das Weltnaturerbe Wattenmeer (Niederlande, Deutschland, Dänemark) wird in Schleswig-Holstein von dem Nationalpark SH und dem MELUND betreut. Für den Nationalpark SH spielt das Welterbe nur sekundär eine Rolle, weil der Nationalpark das eigentliche Schutzinstrument für den Natur- und Umweltschutz der Region bietet. Dementsprechend findet auch die Bildungs- und Vermittlungsarbeit in der Außenkommunikation vorerst im Rahmen des Nationalparks und nicht im Namen des Welterbes statt. Ferner gibt es diverse NationalparkpartntnerInnen und Inforeinrichtungen, die Bildungsprogramme zum Wattenmeer anbieten. Der Nationalpark arbeitet eng mit der Forschung zusammen und gibt auch direkt Forschungen in Auftrag. Das Monitoring des Wattenmeeres ist ein Teil der Arbeit, die auch öffentlich präsentiert wird.
Das Welterbe wird vom CWSS (Common Wadden Sea Secretary) betreut und hier auch in der Kommunikation und Bildungs- und Vermittlungsarbeit transportiert.
Über die Verbindung des Weltnaturerbes mit dem Welterbeeinrichungen usw. werden die übergreifenden Bezüge deutlich und das Welterbe stärker in Vordergrund gerückt. Über die welterbespezifischen Themen und Verknüpfung des Welterbes werden die Bedingtheit von


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Natur-Kultur Beziehungen deutlich werden und dem Wattenmeer in SH eine breitere Ausrichtung in der Kommunikation geben.

Danewerk und Haithabu hat als einzige Welterbestätte in SH eine Agenda für welterbespezifische Bildungs- und Vermittlungsarbeit und steht im aktiven Austausch mit den Einrichtungen der Bildungs- und Vermittlungsarbeit. Über den Verein Haithabu und Danewerk e.V. wurde außerdem ein Instrument und spezifischer Raum für das Welterbe geschaffen. Als junge Welterbestätte (2018) gibt es noch viel Potenzial in Schleswig-Holstein das Netzwerk und den Bekanntheitsgrad in der Öffentlichkeit als Welterbe zu erweitern.

- Zielgruppe 1 sind Welterbeinteressierte, Menschen, die Programme nutzen wie Lehrer, Schüler, Familien, Touristen, Einheimische
- Zielgruppe 2 sind die dem (Welt-)erbe (implizit oder explizit) nahestehenden Einrichtungen durch z.B. Kooperationen, aber auch Einrichtungen, die über eine thematische Verwandtschaft angegliedert werden können. Angedacht werden könnte dabei auch ein Modell wie das PartnerInnenprogamm des Nationalparks und Bildungsträger könnten sich über ihre Programme zu „Welterbefreunden“ qualifiziert werden.
- Zielgruppe 3: ist das (Welt-)erbe (VerterterInnen der Welterbestätten, des Immateriellen Kulturerbes und des Weltdokumentenerbes) selbst, dass die Plattform nutzen kann, um Schnittstellen, gemeinsame Interessen und Formate für Bildungsprogramme zu entdecken, um darauf neue Kooperationen und Austauschmöglichkeiten zu bauen.

Alle Zielgruppen sind gleichzeitig als Akteure definiert: Sie nutzen den Raum und erhalten den Raum zur Darstellung der Einrichtung und ihres Programms.

Beispiele:

- Bildungsplattform der Deutschen Stiftung Denkmalschutz: https://denkmal-aktiv.de/
- Programmportal der Berliner Ausstellungshäuser existiert seit vielen Jahren und hat sich bei den Kultureinrichtungen und NutzerInnen etabliert: https://www.museumsportal-berlin.de/

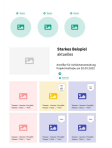
Durchführung: In einer Startphase von rund 2 Jahren können die Sammlung von Inhalten und Vernetzung nach Absprache mit den Welterbe-VertreterInnen extern gesteuert und durchgeführt werden. Es würden Forschungseinrichtungen, Museen und Vermittlungseinrichtungen aktiv motiviert, die Einrichtung und passende Projekte auf dem Portal zu bewerben, Schulen ihre Dokumentationen und Präsentationen einzubringen. Die Einarbeitung würde durch ein externes Redaktionsbüro erfolgen. Nach 2 Jahren solle ein großer Pool mit Akteurinnen, NutzerInnen, Programmen und Materialien zusammengekommen und die Funktionalität des Portals für alle sichtbar werden. In weiteren 3 Jahren würde weiter redaktioneller und technischer Support zur Verfügung gestellt.
Das Portal gibt der Arbeit und den Projekten nur einen Raum und potenziert das Netzwerk. Es wird damit keine Netzwerkarbeit an sich stattfinden. Diese soll weiter bei Bedarf und Kapazität individuell stattfinden, damit hier keine Ressourcen gebunden werden. Benötigt werden Ihre


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Wünsche für die Ansprache von weiteren Einrichtungen sowie das jeweilige Bild- und Textmaterial zu den Programmen.

Wir hoffen, dass die Visualisierung mit den Wireframes hilfreich ist und wir dann im kommenden Workshop zusammen das Portal modifizieren und spezifizieren können.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE



Das Handbuch soll Ihnen als Nachschlagewerk zu den Elementen, die Ihnen zur Verfügung stehen, dienen. Es soll Ihnen aber auch Anregungen geben, wie Sie diese Elemente sinnvoll einsetzen können.

Es ist nicht als Lehrbuch gedacht, das Sie von vorne bis hinten durcharbeiten müssen. Sie können sich einzelne Kapitel herausgreifen, die Sie gerade interessieren.

Wir haben uns bemüht, alle Elemente und Funktionen so zu beschreiben, dass sie auch ohne Vorkenntnisse verständlich sind.

Sollten Sie dennoch Fragen haben, wenden Sie sich gerne an unser Support-Team.

Ihr Kosmos-Team



## Startseite

Übersicht Schleswig-Holstein & Schleswig Holstein vernetzen

Kurzer erklärender Einleiter, der Akteure einlädt sich anzumelden und, sich mit anderen zu vernetzen. Hier kann auch eine Definition des Projektes beschrieben werden, Werbung und Ermutigung Schleswig-Holstein

**Anlage 06**
**Auswertungen Umfragen**

- **Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Danewerk und Haithabu**
- **Weltkulturerbe Hansestadt Lübeck**
- **Weltnaturerbe Wattenmeer Schleswig-Holstein**

VISION STRATEGIE
KONZEPTION WISSENSTRANSFER
KOMMUNIKATIONSRÄUME

Panatom

# Umfrageauswertung des Netzwerks Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk zur Netzwerkstrategie Weltkultur- und Weltnaturerbe für das Land Schleswig-Holstein

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

# UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
# ÜBERBLICK FRAGENKATALOG 1–3

1. UNESCO Welterbe

1.1. Für welche ideellen Werte bzw. Kernwerte steht die UNESCO Welterbekonvention?
1.2. Welche Erwartungshaltung/en knüpfen Sie an den Status „UNESCO Welterbe" heute?
1.3 Was bedeutet die Auszeichnung „UNESCO-Welterbe" für Ihre Region?

2. Bildung und Vermittlungsarbeit

2.1. Welche Interessensgebiete spricht Ihre Einrichtung primär an?
2.2.Welche Interessensgebiete sollten Ihrer Meinung nach stärker angesprochen werden?
2.3. Welche Zielgruppen erreicht Ihre Einrichtung bisher weniger und würden Sie gerne stärker ansprechen?
2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
2.5. Wie viel Prozent der Menschen der Region erreicht Ihre Einrichtung schätzungsweise über diese Schnittstellen?
2.6. Wie viel Personalkapazitäten hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit?
2.7. Welche Objekte/Projekte sind bereits digital verfügbar/digitalisiert? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?
2.8. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der nächsten 2–5 Jahre?
2.9. Welche Projekte/Themen würden Sie gerne stärker gewichten?

3. Öffentlichkeitsarbeit

3.1. Wie aktiv bewerben Sie die Auszeichnung UNESCO-Welterbe in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit?
3.2. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten 2 Jahren? Wen wollen Sie damit erreichen?
3.4. Wie viele Personalkapazitäten haben Sie für die Öffentlichkeitsarbeit?
3.5. Welche digitalen Kanäle nutzen Sie bisher oder werden in absehbarer Zukunft regelmäßig bespielt?

# UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
# ÜBERBLICK FRAGENKATALOG 4–5

4. Netzwerkstrategie Schleswig Holstein
4.1. Wie schätzen Sie den Nutzen in einem Verbund der Welterbestätten ein?
4.2. Welche Art von Routen zwischen den Welterbestätten Schleswig-Holsteins wünschen Sie sich?
4.3. Welchen Nutzten sehen Sie in der Entwicklung einer Route zwischen den Welterbestätten?
4.4. Wie könnten Sie mögliche neue Formate in einem Netzwerkwerkverbund unterstützen?
4.5. Haben Sie konkrete Ideen oder Vorschläge für ein Netzwerkformat?

5. Zukunftsperspektiven und -wünsche
5.1. Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk als „Denkmal der Überwindung der nationalen Grenzen“. Welche langfristigen Visionen haben Sie für die Weltkulturstätte unter diesem Aspekt?

Grafische Auswertungen geben jeweils die Tendenzen prozentual an.

Foto S. 1: Tomás Saraceno: Cloud Cities. Foto: CC-BY 2.0. Neil H.

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

# 1.1. Für welche ideellen Werte bzw. Kernwerte steht die UNESCO Welterbekonvention?

- „Gemeinsames Natur- und Kulturerbe der Menschheit“
- „Frieden u. Völkerverständigung“
- „Weiteres siehe Welterbekonvention“

- „Friedlicher Austausch, Bewahrung des kulturellen Erbes“

- „Außergewöhnliche Natur- und Kulturgüter zu schützen und zu erhalten.“

# 1.2. Welche Erwartungshaltung/en knüpfen Sie an den Status "UNESCO Welterbe" heute?

- „Werterhalt des OUV“
- „Vermittlung der Bedeutung“
- „Nachhaltigkeit bei der Entwicklung der Denkmale u des Umfelds“
- „Identifikation der Bevölkerung mit Denkmalen und UNESCO-Werten“
- „siehe Managementplan“

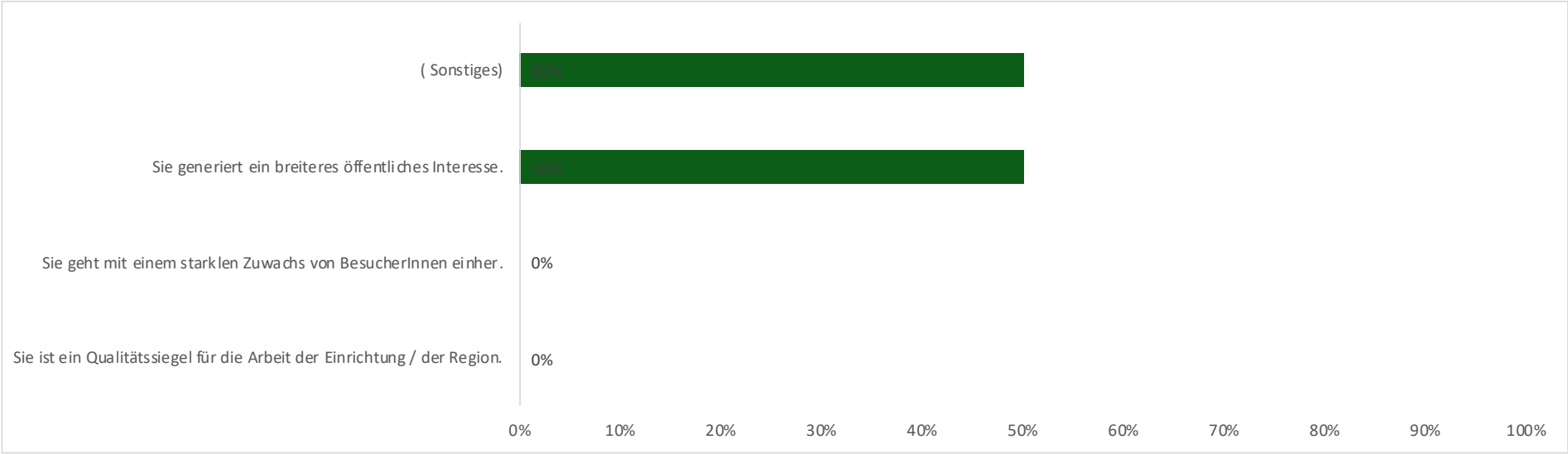
- „Siehe Leitbild im Managementplan von Haithabu und Danewerk: Werterhalt, Vermittlung, nachhaltige Entwicklung und Identifikation“

- „Aufmerksamkeit/gesteigertes öffentliches Interesse, überregionale Verknüpfung mit anderen Welterbestätten und -institutionen, Verbesserung der lokalen (ideellen wie materiellen) Infrastruktur (Kontakte/Vernetzung, Planung, touristische Infrastruktur, ÖPNV, Marketing)“

- „Aufmerksam auf die Besonderheiten / den UPS der Welterbestätte machen, die Geschichten erzählen, Informationen bereitstellen.
- „Stätte sollte der Öffentlichkeit / für Besucher zugänglich gemacht werden.“
- „Interessante Besucherlenkung entwickeln.“
- „Regionale Akzeptanz und "Zugehörigkeitsgefühl" schaffen.
- „Und wichtig: Den universellen Wert des Welterbes erhalten und schützen.“

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

## 1.3. Was bedeutet die Auszeichnung "UNESCO Welterbe" für Ihre Region?

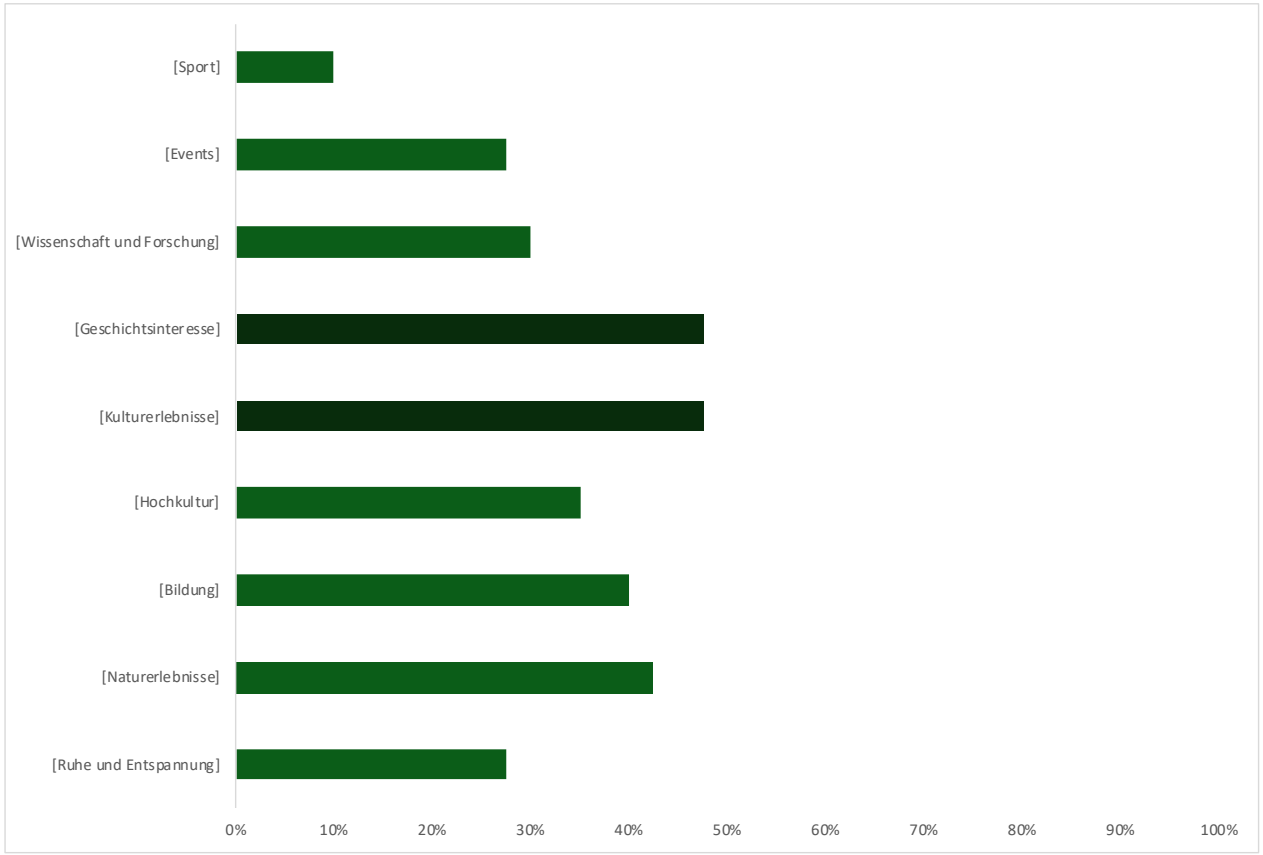



Sonstiges:

- Qualitätssiegel für Bedeutung, Erhalt u. Management von Denkmalen im Zusammenspiel mit Region
- Qualitätssiegel für die Bedeutung des Erhalts und nachhaltigen Managements von Denkmalen im Zusammenspiel mit der Region

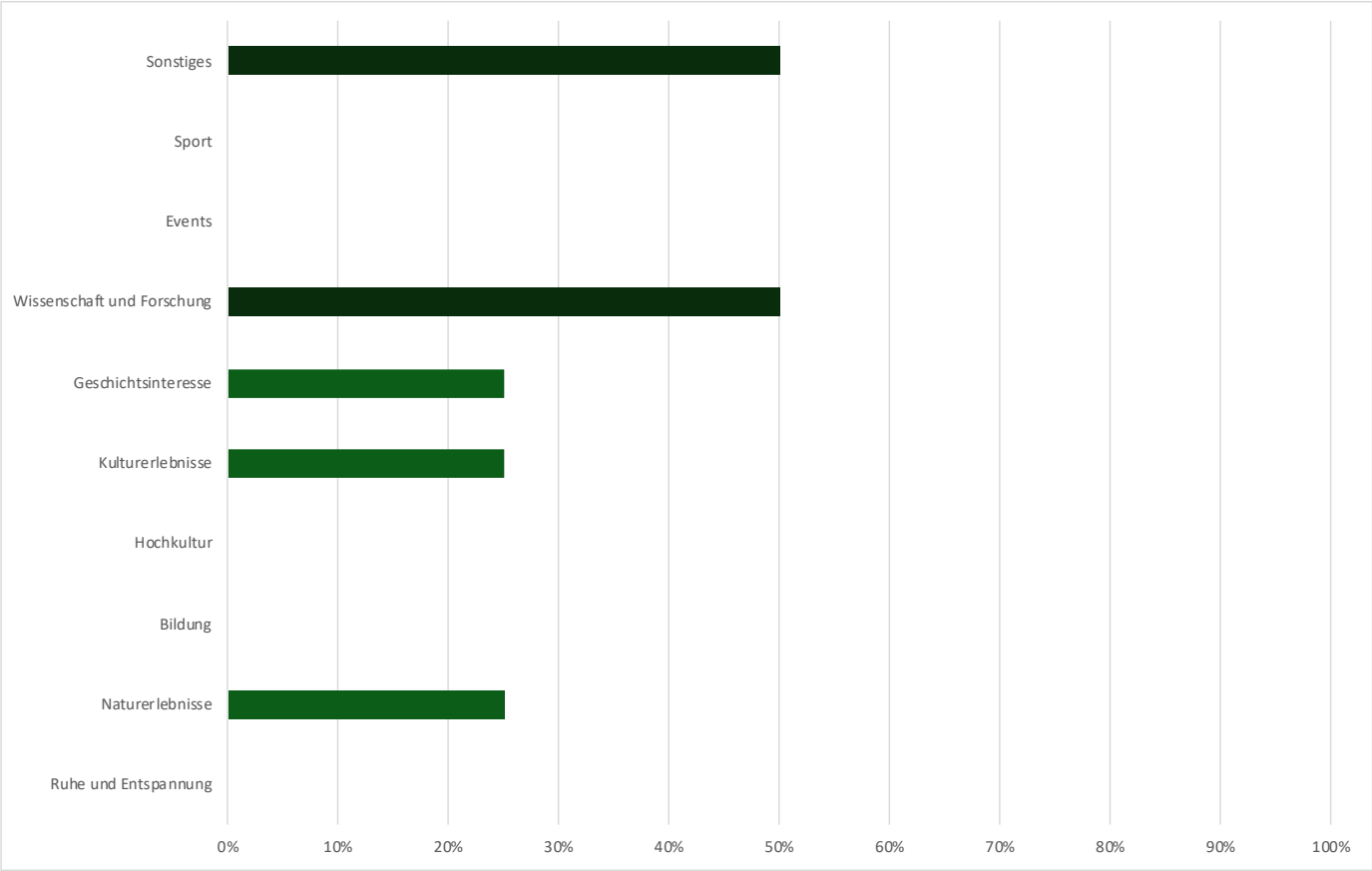
# UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
# TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.1. Welche Interessensgebiete spricht Ihre Einrichtung primär an?



UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.2. Welche Interessensgebiete sollten Ihrer Meinung nach stärker angesprochen werden?

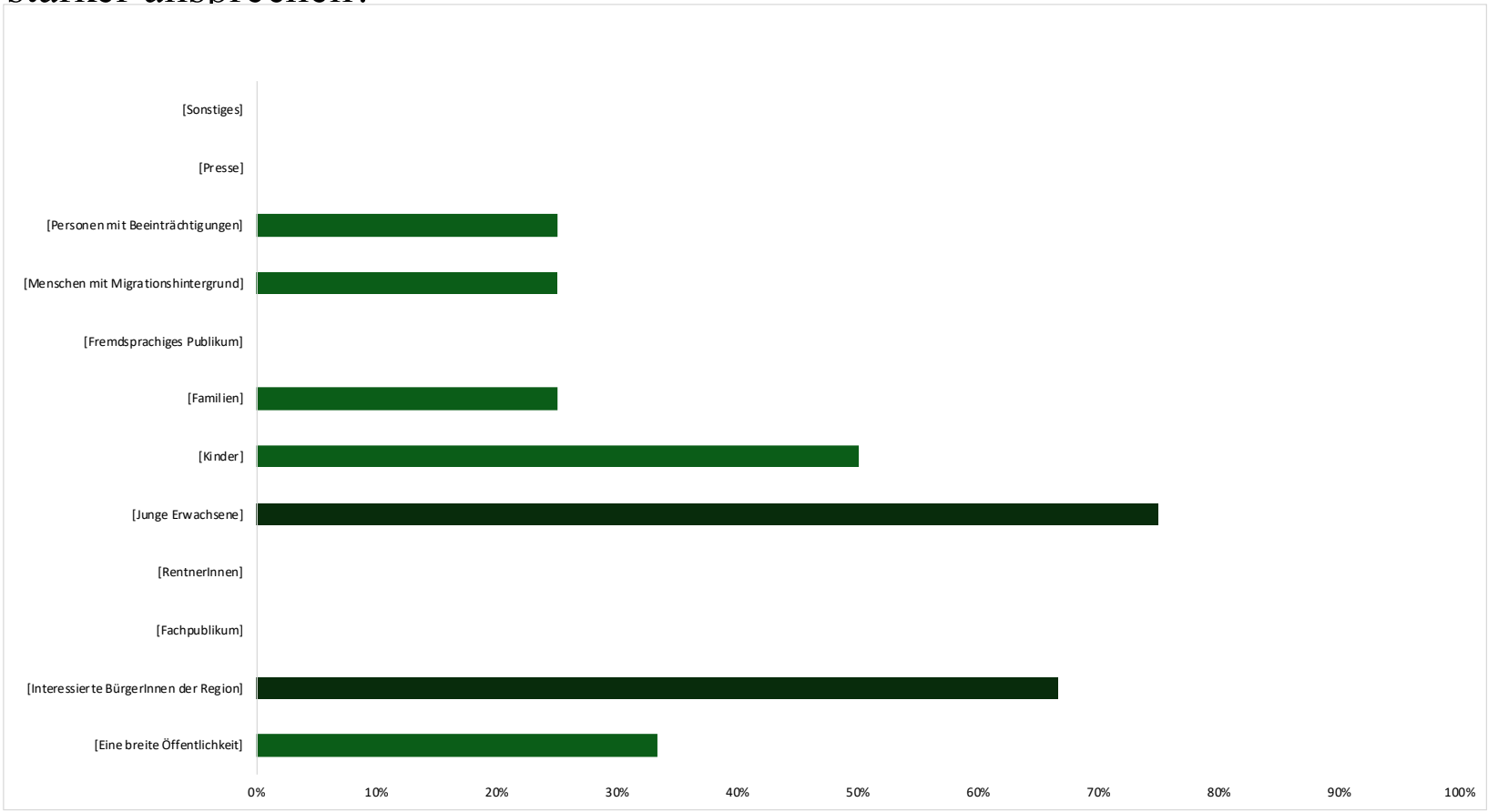



Sonstiges:

- Bürgerbeteiligung, Ehrenamt, Citizen Science, Präsentationen auf Events, Regionalentwicklung (Kommunen u regionale Wirtschaft),

## UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
## TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

### 2.3. Welche Zielgruppen erreicht Ihre Einrichtung bisher weniger und würden Sie gerne stärker ansprechen?



## UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
## TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

# 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
# A) Einrichtungen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Archäologisches Landesamt SH | | Website | Presse | Wimmelbild | Kuladig.de |
| Haithabu und Danewerk e.V. | Haithabu und Danewerk e.v. | www.haithabu-danewerk.de | Haithabu und Danewerk e.V. Pressemitteilungen | Haithabu und Danewerk e.V. Netzwerktreffen - Kommunen im Dialog | Gremiensitzungen der kommunalen Gebietskörperschaften |
| Wikinger Museum Haithabu | Schulen | | Eigene Öffentlichkeitsarbeit | | Medien |
| Ostseefjord Schlei GmbH | | | Presse | Veranstaltungen | |

## UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
## TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

# 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
# B) Themen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Archäologisches Landesamt SH | | Welterbe, Haithabu u Danewerk allgemein | | | |
| Haithabu und Danewerk e.V. | Regionalentwicklung | Welterbe erleben, sein, wissen, vereint | aktuelle Projekte | Welterbe und kommunale Entwicklung | |
| Wikinger Museum Haithabu | | | | | |
| Ostseefjord Schlei GmbH | | Allgemeines | Neuigkeiten | | |

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?

### C) Veranstaltungen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| Archäologisches Landesamt SH | Regionalkonferenz, Welterbetag | | | | |
| Haithabu und Danewerk e.V. | Regionalkonferenz | | | | |
| Wikinger Museum Haithabu | | | | | |
| Ostseefjord Schlei GmbH | Welterbefeier | | | | |

## UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
## TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

2.5. Wie viel Prozent der Menschen der Region erreicht Ihre Einrichtung schätzungsweise über diese Schnittstellen?

| | |
|---|---|
| 10 % | Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein |
| 10 % | Haithabu und Danewerk e.V. |
| 70 % | Wikinger Museum Haithabu |
| 5 % | Ostseefjord Schlei GmbH |

## UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
## TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

2.6. Wie viel Personalkapazitäten hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit?

| | |
|---|---|
| 10 Std. | * über 1-3 Stellen verteilt<br>Archäologisches Landesamt SH |
| 4 Std./Woche | Haithabu und Danewerk e.V. |
| 1/2 Stelle | Wikinger Museum Haithabu |
| – | Ostseefjord Schlei GmbH |

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.7. Welche Objekte/Projekte sind bereits digital verfügbar/digitalisiert?

### A) Welche Objekte sind digitalisiert und (zum Teil) öffentlich zugänglich? [Was?/Zielgruppe]

- „Webseite, Viking Walks, Kuladig, ALSH Webseite | breite Öffentlichkeit, interessierte BürgerInnen, Fachpublikum“
- „Siehe Viking Walks“
- „Social Media | Jugendliche/junge Erwachsene“

### B) Welche Objekte sind digitalisiert und nicht öffentlich zugänglich? [Was?/Zielgruppe?]

- „Funde, Befunde | interessierte BürgerInnen, Fachpublikum“
- „Siehe 360 Grad Museumsrundgänge | allgemeine Öffentlichkeit“

### C) Welche Apps verwenden Sie (Spiel, Guides o.a.)? [Was?/Zielgruppe?]

- „Kuladig, Zusammenarbeit für eigene App wird vorbereitet | interessierte BürgerInnen“
- „Nein, aber es besteht eine D-DK Projektidee | allgemeine Öffentlichkeit, junge Erwachsene/Kinder“
- „Facebook, Instagramm, Twitter | –„

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.8. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der nächsten 2–5 Jahre? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

- „Übergeordnete Vermittlungs- u. Bildungsarbeit institutionalisieren“
- „Danvirkemuseum erneuern“
- „Angebote für Schulen, Familien“
- „Ausbildung Multiplikatoren“
  (Archäologisches Landesamt SH)

- „Partizipative, inklusive u identitätsstiftende Angebote schaffen“
- „Digitale Vermittlung stärken“
- „Aufklärung u Vermittlung zum Thema Wikinger“
- „Als Site Management sind wir gefordert mit allen Akteure auf die gemeinsamen Ziele hinzuarbeiten, auch wenn wir sie selbst konkret nicht umsetzen. siehe Managementplan bzw. Bildungskonzept"
- „Siehe Managementplan und Bildungskonzept“
- „Verein unterstützt einzelne Projekte v.a. strategisch“
  (Kreis Schleswig-Flensburg)

- „eGuide, Abblösung des klassischen Audioguides, Nutzung des eigenen Endgerätes für alle Museumsbesucher (breite Öffentlichkeit)“
- „Digitalisierung der Sammlung, Erreichbarkeit der Sammlung über das Netz (interessierte BürgerInnen, Fachpublikum)“
- „Umsetzung der museumsbesuchsbegleitenden Unterlagen für Kinder in Apps und digitale Spiele (Kinder, Familien)“
- „Einbezug der Sozialen Medien für Vor- und Nachbereitung des Museumsbesuchs (interessierte BürgerInnen)“
- „Virtual Reality (z. B. digitale Ausstellungsbesuch) und Augmented Reality (interaktive Vermittlung in der Ausstellung) über App/ eigene Endgeräte (breite Öffentlichkeit)"
  (Wikinger Museum)

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.9. Welche Projekte/Themen würden Sie gerne stärker gewichten? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

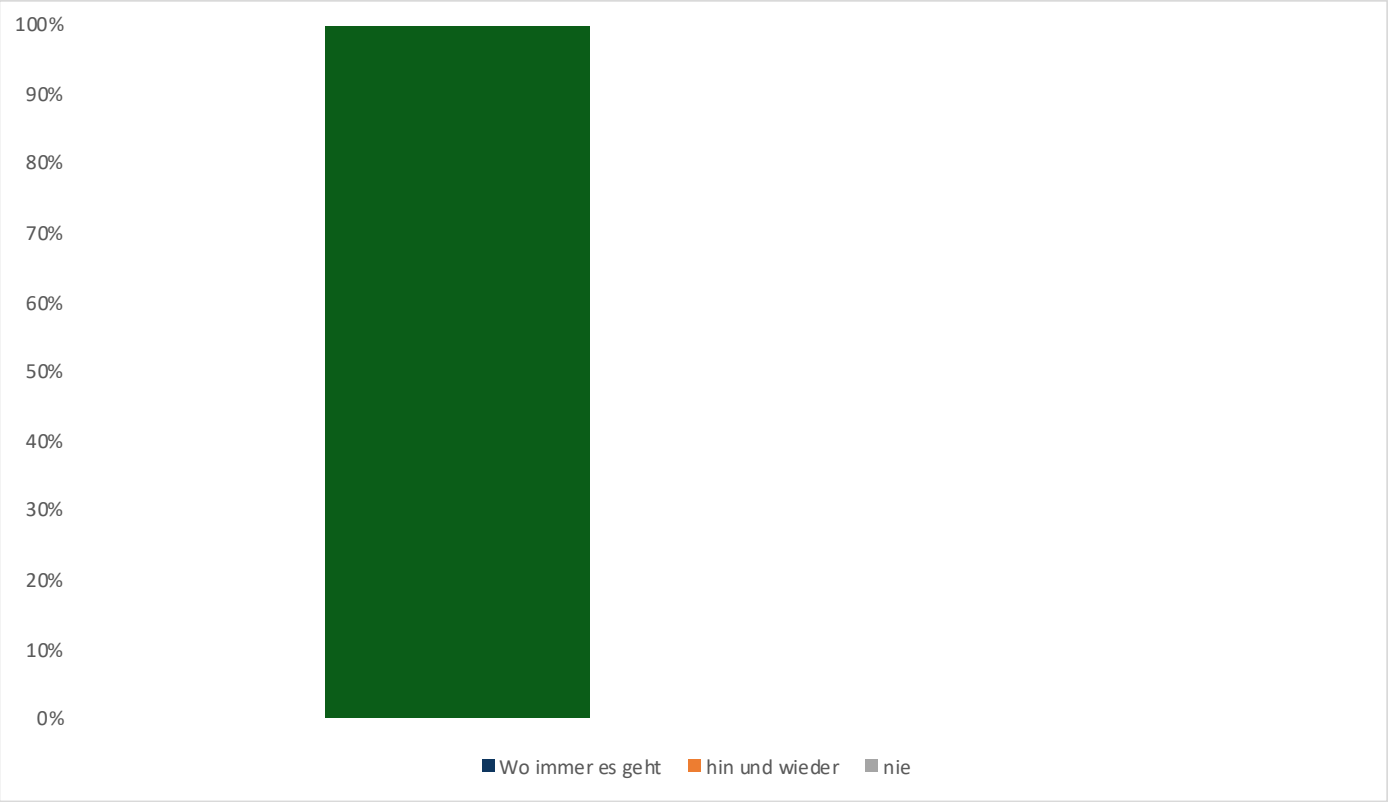
- „Citizen Science“
- „Bürgerbeteiligung“
- „Schulprojekte“
- „Digitales Storytelling für Flächendenkmal“

- „Citizen Science“
- „Bürgerbeteiligung“
- „Schulprojekte“
- „Digitale Erlebnisse (Storytelling und Mapping)“

- „Erreichbarkeit der interessierten Öffentlichkeit über soziale Medien und digitale Formate“
- „Mehrschichtigkeit der Wissensvermittlung über Einsatz digitaler Formate“

## UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
## TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

### 3.1. Wie aktiv bewerben Sie die Auszeichnung UNESCO-Welterbe in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit? Welche Objekte sind digitalisiert und nicht öffentlich zugänglich?



UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.2. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten 2 Jahren? Wen wollen Sie damit erreichen?

- „Webseite als Online Repräsentation, ALSH Webseite, Presseartikel (eine breite Öffentlichkeit, interessierte BürgerInnen, Fachpublikum, Presse)“
- „Welterbepublikation (eine breite Öffentlichkeit, interessierte BürgerInnen, Fachpublikum)“
- „Litfaßsäulnplakate etc  Waldemar & friends (eine breite Öffentlichkeit)“
- „Gremienarbeit (Politik, Organisationen)“„Welterbetag (eine breite Öffentlichkeit, interessierte BürgerInnen)“ (Archäologisches Landesamt SH)

- „Infoveranstaltungen, Vorträge u Führungen (eine breite Öffentlichkeit, interessierte BürgerInnen, Fachpublikum)"
- „Der Verein koordiniert die Welterbe-Marketingaktivitäten“
- „Pressearbeit (regelmäßig anlassbezogen: breite Öffentlichkeit)“
- „Gremiensitzungen (regelmäßig und anlassbezogen: politische Gremien, allgemeine Öffentlichkeit)“
- „Veranstaltungen (UNESCO Welterbetag, Nordenfestival, Infoveranstaltungen und Vorträge, weitere: Bevölkerung vor Ort)“
- „Website als Onlinerepräsentation (siehe Aktuelles und Termine, Presse:allgemeine Öffentlichkeit)“
- „Faltblatt zum Welterbe (v.a. touristische Besucher aus D, DK und englischsprachig)“
- „Vereinsflyer (Bürger und Institutionen aus der Region)“
- „Social Media Facebook/Instagramm, Anzeigen in Magazinen, Rad- und Wanderkarte (v.a. Besucher)“
- „Regionale Sichtbarkeitsmaßnahmen (Banner, Flaggen, u.ä.: Bevölkerung vor Ort)“
- „Mitgliedschaft UNESCO-Welterbe Detuschland e.V.“
- „Kampagne Waldemar und Friends (Litfasssäulen-Plakate u.w.: Bevölkerung vor Ort“ (Haithabu und Danewerk e.V.)

- „Kampagne "Waldemar & Friends" - interessierte BürgerInnen“ (Ostseefjord Schlei GmbH)

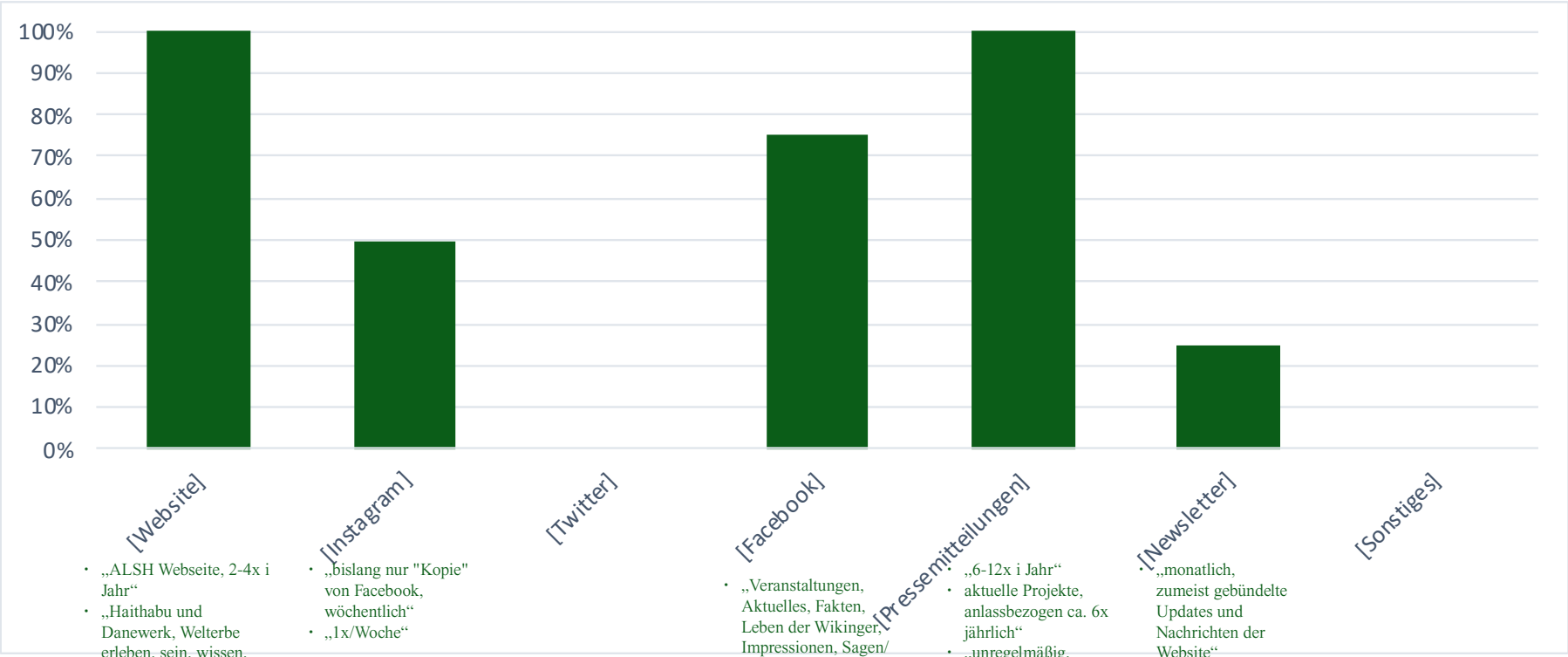
# UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
# TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.3. Wie viele Personalkapazitäten haben Sie für die Öffentlichkeitsarbeit?

| | |
|---|---|
| 10 Std. | Archäologisches Landesamt SH |
| 4 Std./Woche | *Sachmittelbudget i.H.v. ca. 55TEUR für Marketing Haithabu und Danewerk e.V. |
| 1/2 Stelle | Wikinger Museum Haithabu |
| 10-15 Std./Woche | Ostseefjord Schlei GmbH |

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.4. Welche digitalen Kanäle nutzen Sie bisher oder werden in absehbarer Zukunft regelmäßig bespielt?




- „ALSH Webseite, 2-4x i Jahr“
- „Haithabu und Danewerk, Welterbe erleben, sein, wissen, vereint, 6-12x jährlich unter Aktuelles und Termine“
- „Regelmäßige Updates und wichtige Nachrichten zum Museumsgeschäft“

- „bislang nur "Kopie" von Facebook, wöchentlich“
- „1x/Woche“

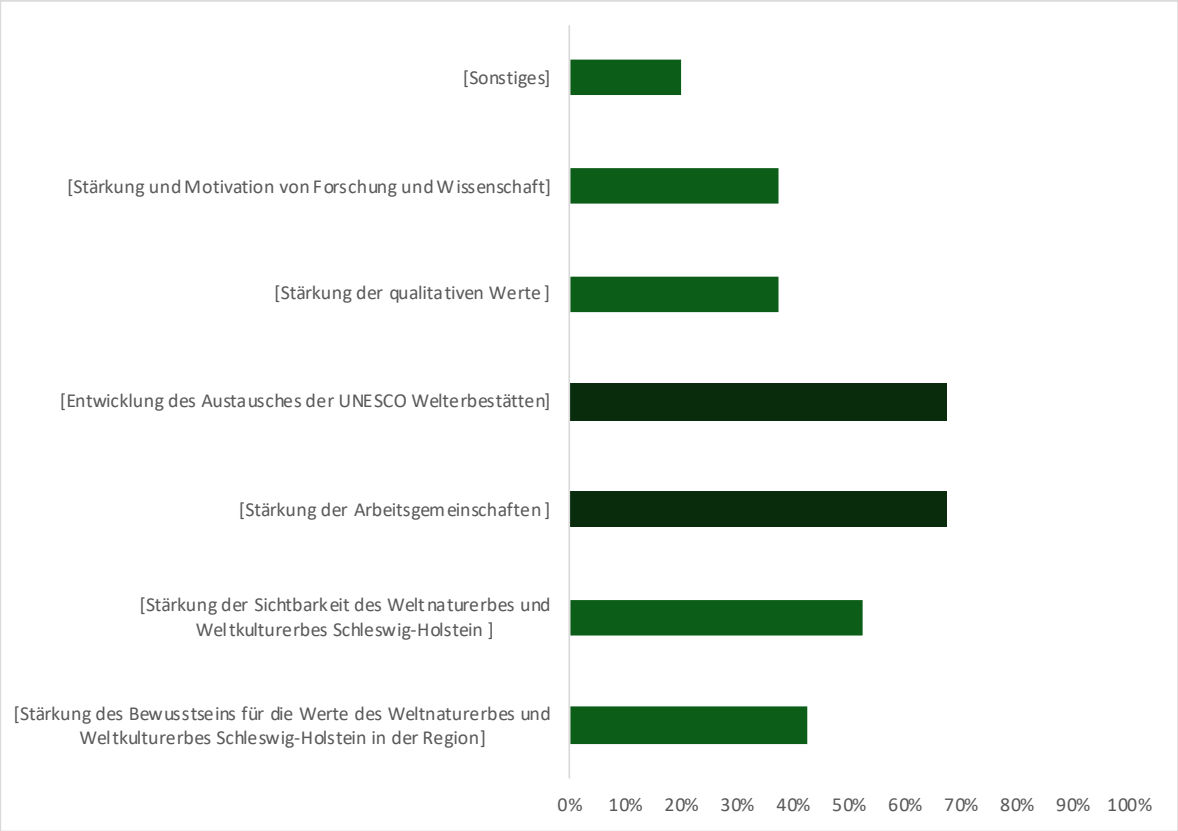
- „Veranstaltungen, Aktuelles, Fakten, Leben der Wikinger, Impressionen, Sagen/ Mythen, anderes“
- „Wöchentliche Posts zum Museumsgeschäft und zu populärwissenschaftlichen Themen“
- 1x/Woche

- „6-12x i Jahr“
- aktuelle Projekte, anlassbezogen ca. 6x jährlich“
- „unregelmäßig, abhängig von Veranstaltungen/ Ereignissen“
- „immer, wenn etwas anliegt“

- „monatlich, zumeist gebündelte Updates und Nachrichten der Website“

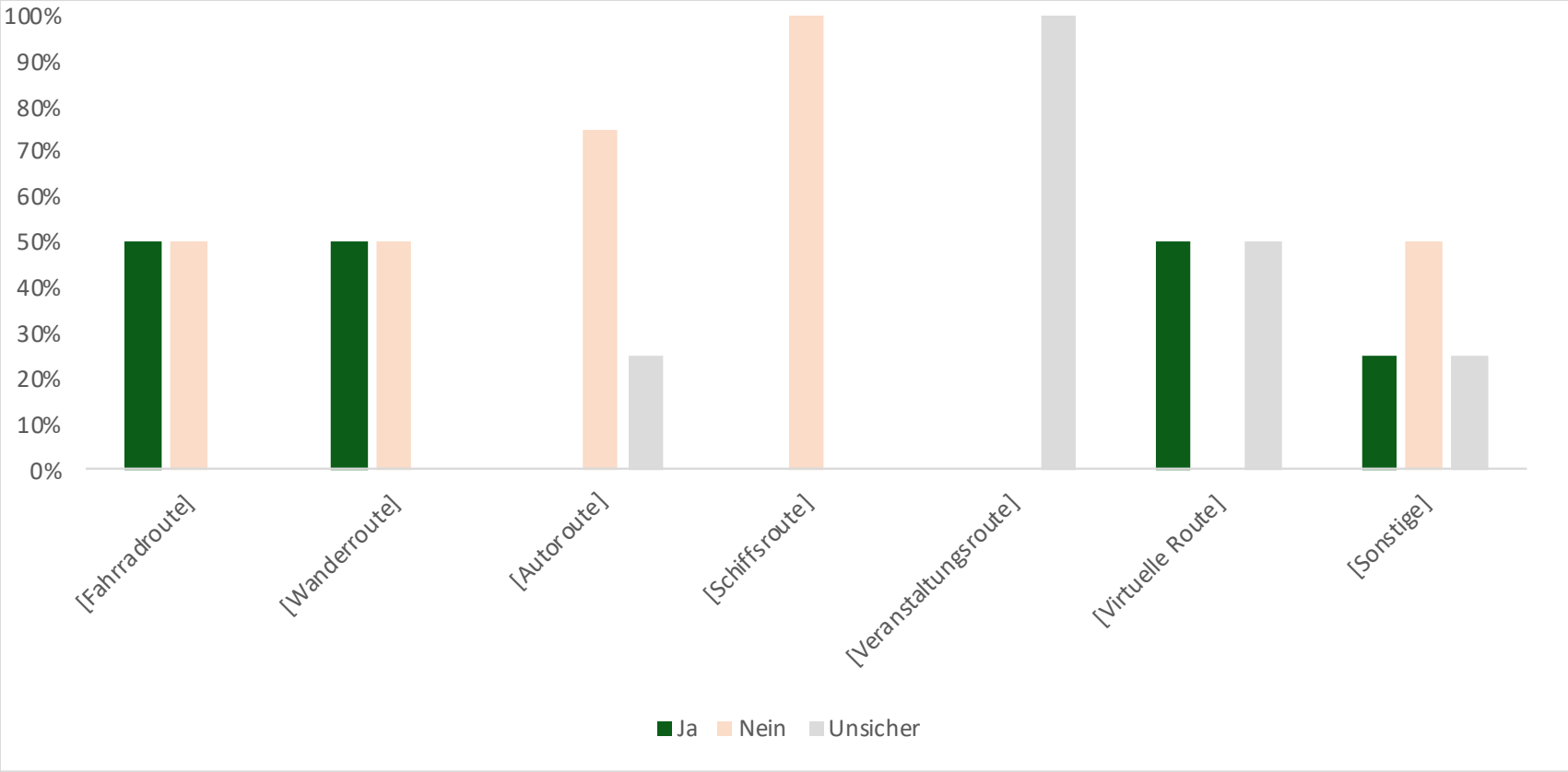
# UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
# TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.1. Wie schätzen Sie den Nutzen in einem Verbund der Welterbestätten ein?



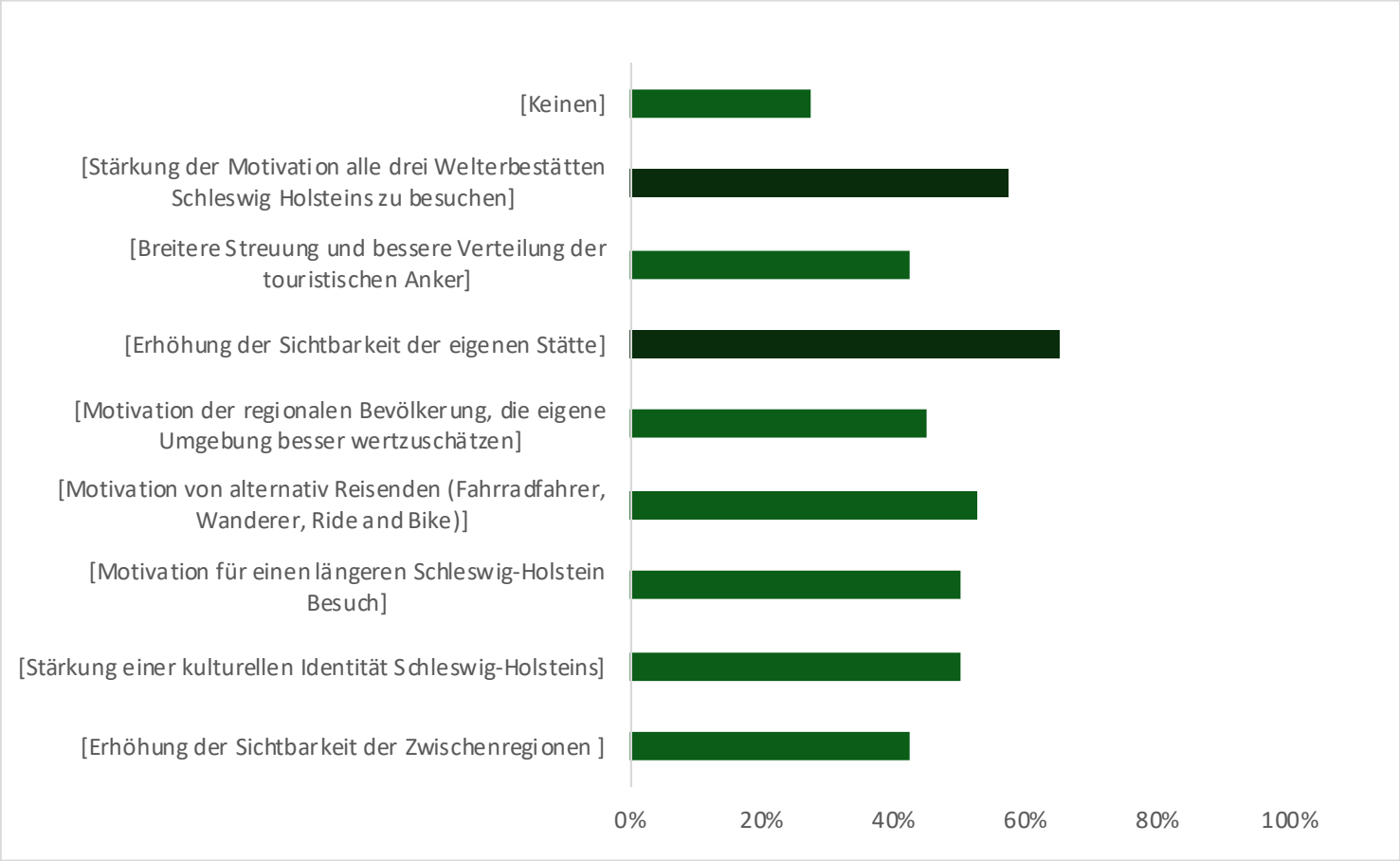
UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.2. Welche Art von Routen zwischen den Welterbestätten Schleswig-Holsteins wünschen Sie sich?



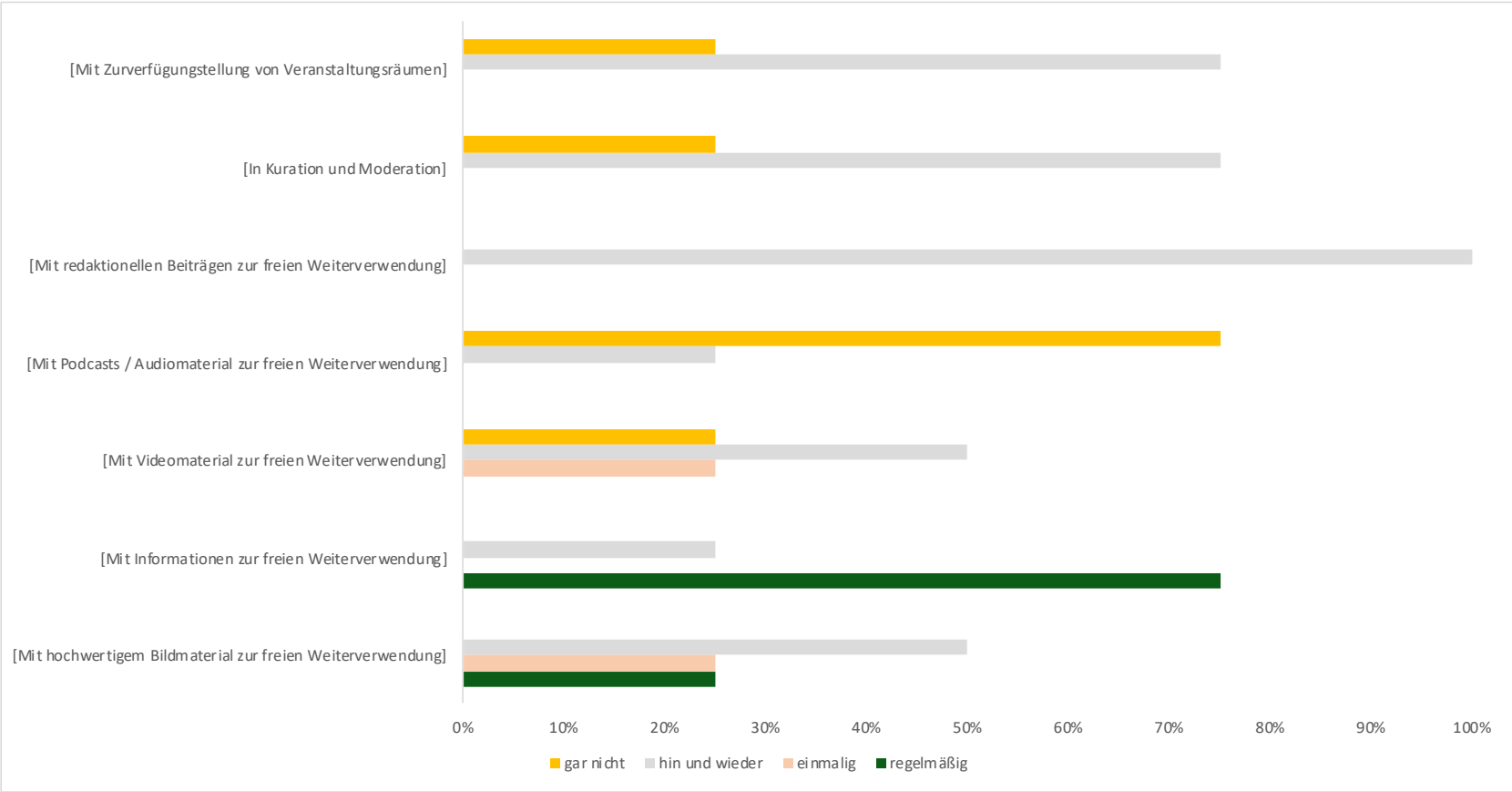
UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.3. Welchen Nutzten sehen Sie in der Entwicklung einer Route zwischen den Welterbestätten?



UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

# 4.4. Wie könnten Sie mögliche neue Formate in einem Netzwerkverbund unterstützen?



# 4.5. Haben Sie konkrete Ideen oder Vorschläge für ein Netzwerkformat?

- „Regelmäßiger Austausch für Marketing, Bildung u Vermittlung anhand von Schul u Unterrichtsmaterialien, digitales Produkt/ Angebot, Inklusionsangeboten"

- „Auf Arbeitsebene regelmäßiger Austausch im Konzept Management (Pläne, Monitoring, etc.), Marketing, Bildung Vermittlung anhand konkreter Projekte. Z.B. SH Schulprojekte zum Thema Welterbe, digitale Bereitstellung von Unterrichtsmaterialien (Haithabu und Danewerk hat bereits einiges)“
- „Wechselseitige digitale Schnittstellen, Repräsentation auf Websites"

- „Die Welterbestätten stellen sich vor" - es wird gegenseitig auf Social Media / Website o.Ä. auf die anderen Welterbestätten in SH hingewiesen und diese vorgestellt."

UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
TEIL 5: ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN UND -WÜNSCHE

## 5.1. Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk als „Denkmal der Überwindung der nationalen Grenzen.“ Welche langfristigen Visionen haben Sie für die Weltkulturstätte unter diesem Aspekt?

- „Vision der Entwicklungsstrategie"
- „Im Jahr 2030 sind wir gemeinsam die Welterberegion Haithabu und Danewerk im Norden Schleswig-Holsteins. Wir haben eine gemeinsame und lebendige Identität. Über Grenzen, Interessen und Jahrhunderte hinweg schaffen wir Verbindungen und sind stolz auf unseren Gemeinsinn. Wir sind die Wikinger-Destination in Deutschland. Unseren Gästen bieten wir authentische, nachhaltige und moderne touristische Erlebnisangebote. Dafür sind wir bundesweit und im skandinavischen Raum bekannt und nachgefragt. Wir wertschätzen und pflegen unser kulturelles Erbe, unser deutsch-dänisches Zusammenleben sowie die uns umgebende historische Kultur- und Naturlandschaft. Diese ist das Herzstück unseres Lebens- und Wirtschaftsraums. Sie wirkt als Anker und treibende Kraft für eine nachhaltige Wertschöpfung und Steigerung unserer Lebensqualität in der Welterberegion Haithabu und Danewerk."

- „siehe Vision in der Entwicklungsstrategie 2030 - Welterbe-Region Haithabu und Danewerk: Im Jahr 2030 sind wir gemeinsam die Welterbe-Region Haithabu und Danewerk im Norden Schleswig-Holsteins. Wir haben eine gemeinsame und lebendige Identität. Über Grenzen, Interessen und Jahrhunderte hinweg schaffen wir Verbindungen und sind stolz auf unseren Gemeinsinn. Wir sind die Wikinger-Destination in Deutschland. Unseren Gästen bieten wir authentische, nachhaltige und moderne touristische Erlebnisangebote. Dafür sind wir bundesweit und im skandinavischen Raum bekannt und nachgefragt."

# UMFRAGEAUSWERTUNG HAITHABU UND DANEWERK
# TEIL 5: ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN UND -WÜNSCHE

- „Wir wertschätzen und pflegen unser kulturelles Erbe, unser deutsch-dänisches Zusammenleben sowie die uns umgebende historische Kultur- und Naturlandschaft. Diese ist das Herzstück unseres Lebens- und Wirtschaftsraums. Sie wirkt als Anker und treibende Kraft für eine nachhaltige Wertschöpfung und Steigerung unserer Lebensqualität in der Welterbe-Region Haithabu und Danewerk.
  --> gegen neue Vision als Überwindung nationaler Grenzen. Es wurde viel Arbeit in die Erstellung des Managementplans und der Entwicklungsstrategie gesteckt und beide Dokumente sind regional breit abgestimmt. Die Strategie ist sogar politisch beschlossen."

- „Stärkere Zusammenarbeit mit dänischen Kolleg:innen.“
- „Wichtigkeit / Bedeutung dieses Aspektes für die Grenzregion vermitteln. Wieso ist die Region wie sie heute ist? Was hat dazu geführt? Besonderheiten, etc. herausstellen."

Netzwerkstrategie Weltnatur- und Weltkulturerbe Schleswig-Holstein

Panatom

TEAM PANATOM

Juliane Froböse, Geschäftsführerin
jf@panatom.de

Kristina Worthmann, Projektleiterin
kw@panatom.de

Philipp Hartung, Projektleiter
ph@panatom.de

Elke Doppelbauer, Projektassistenz
ed@panatom.de

Telefon: 030 6120 35 11

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

VISION STRATEGIE
KONZEPTION WISSENSTRANSFER
KOMMUNIKATIONSRÄUME

Panatom

# Umfrageauswertung des Netzwerks Altstadt Lübeck zur Netzwerkstrategie Weltkultur- und Weltnaturerbe für das Land Schleswig-Holstein

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

# UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
# ÜBERBLICK FRAGENKATALOG 1 -3

1. UNESCO Welterbe

1.1. Für welche ideellen Werte bzw. Kernwerte steht die UNESCO Welterbekonvention?
1.2. Welche Erwartungshaltung/en knüpfen Sie an den Status „UNESCO Welterbe" heute?
1.3 Was bedeutet die Auszeichnung „UNESCO-Welterbe" für Ihre Region?

2. Bildung und Vermittlungsarbeit

2.1. Welche Interessensgebiete spricht Ihre Einrichtung primär an?
2.2.Welche Interessensgebiete sollten Ihrer Meinung nach stärker angesprochen werden?
2.3. Welche Zielgruppen erreicht Ihre Einrichtung bisher weniger und würden Sie gerne stärker ansprechen?
2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
2.5. Wie viel Prozent der Menschen der Region erreicht Ihre Einrichtung schätzungsweise über diese Schnittstellen?
2.6. Wie viel Personalkapazitäten hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit?
2.7. Welche Objekte/Projekte sind bereits digital verfügbar/digitalisiert? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?
2.8. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der nächsten 2–5 Jahre?
2.9. Welche Projekte/Themen würden Sie gerne stärker gewichten?

3. Öffentlichkeitsarbeit

3.1. Wie aktiv bewerben Sie die Auszeichnung UNESCO-Welterbe in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit?
3.2. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten 2 Jahren? Wen wollen Sie damit erreichen?
3.4. Wie viele Personalkapazitäten haben Sie für die Öffentlichkeitsarbeit?
3.5. Welche digitalen Kanäle nutzen Sie bisher oder werden in absehbarer Zukunft regelmäßig bespielt?

# UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
# ÜBERBLICK FRAGENKATALOG 4–5

4. Netzwerkstrategie Schleswig Holstein
4.1. Wie schätzen Sie den Nutzen in einem Verbund der Welterbestätten ein?
4.2. Welche Art von Routen zwischen den Welterbestätten Schleswig-Holsteins wünschen Sie sich?
4.3. Welchen Nutzten sehen Sie in der Entwicklung einer Route zwischen den Welterbestätten?
4.4. Wie könnten Sie mögliche neue Formate in einem Netzwerkwerkverbund unterstützen?
4.5. Haben Sie konkrete Ideen oder Vorschläge für ein Netzwerkformat?

5. Zukunftsperspektiven und -wünsche
5.1. UNESCO-Weltkulturerbe und -Traditionen seit 1987. Die Altstadt Lübeck und die Verortung im Hier und Jetzt: Was, welche Themen wollten Sie schon immer einmal neu denken?

Grafische Auswertungen geben jeweils die Tendenzen prozentual an.
P = Person

Foto S. 1: Tomás Saraceno: Cloud Cities, Foto: CC-BY 2.0, Neil H.

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

# 1.1. Für welche ideellen Werte bzw. Kernwerte steht die UNESCO Welterbekonvention?

- „Schutz des überaus wertvollen Kultur- und Naturerbes der Menschheit und Sicherung der globalen Nachhaltigkeit kultureller wie naturbezogener Welterbestätten."
- „Erhalt des Kulturerbes der Menschheit"
- „Wir erkennen an, dass das Kulturerbe Lübecker Altstadt aufgrund ihres außergewöhnlichen universellen Wertes einen besonderen Schutz genießt. Die Verpflichtung, es für künftige Generationen zu bewahren, bestimmt unser Handeln."
- „Authentizität und geschlossenes historisches Stadtgefüge, herausragende menschliche Leistungen, Erlebbarkeit von Geschichtsdokumenten, Wertevermittlung, Erhalt von historischer Substanz, Lernorte, Wissensvermittlung an Objekten, Forschungsmöglichkeiten, weltweite Wahrnehmung, politische Selbstverpflichtung“
- „Sicherung des kulturellen Erbes - siehe World Heritage Convention:..’focusing on the preservation of cultural sites, and the other dealing with the conservation of nature’“

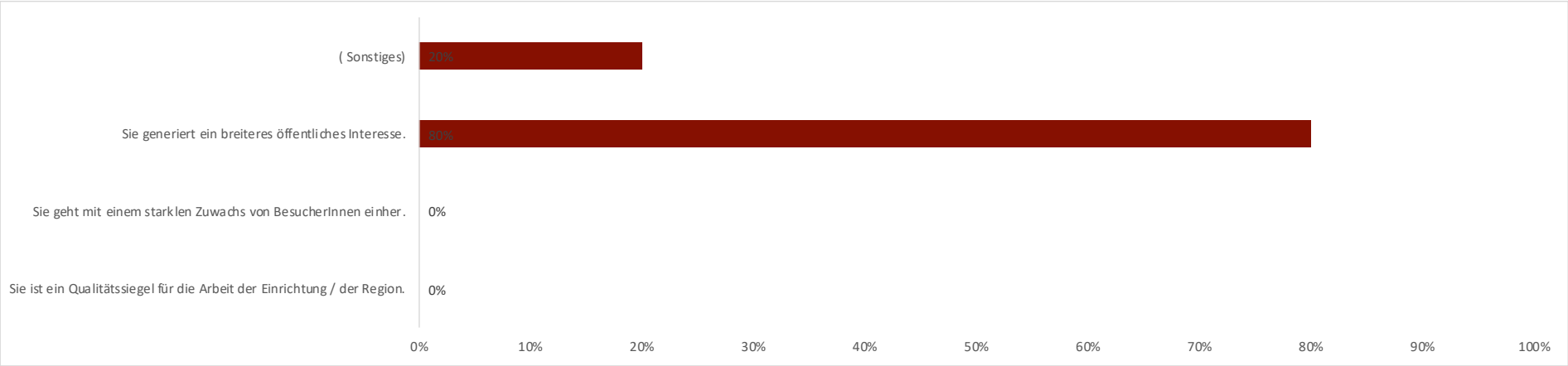
UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

## 1.2. Welche Erwartungshaltung/en knüpfen Sie an den Status "UNESCO Welterbe" heute?

- „Identifikation, Erhaltung und Bewahrung, Austausch und Vernetzung, (Welt)Offenheit und Transparenz, Synergienutzung"
- „Erhalt des Kulturerbes. Identifikation mit dem Kulturerbe, Synergienutzung."
- „Aus Sicht der LTM als Tourismusmanagement-Organisation bedeutet der Titel bereits seit 35 Jahren, dass wir Lübecks Altstadt als Reiseziel präsentieren dürfen, das durch den Titel ein ganz besonderes Gütesiegel trägt. Wir stellen den Welterbe-Aspekt seit Jahren in den Fokus unserer Arbeit. Eine der Herausforderungen ist es, das Flächen-Welterbe für Gäste erlebbar zu machen."
- „Forschung, Wissensvermittlung, Erhalt von Originalen menschlichen Leistungen, Friedensförderung.“
- „Vermittlung und Bewahrung des Erbes, Umgang mit den Herausforderungen und Anpassungen bzw. Bewahrung und Weiterentwicklung der Welterbestätten, Bildungsauftrag“

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

## 1.3. Was bedeutet die Auszeichnung "UNESCO Welterbe" für Ihre Region?

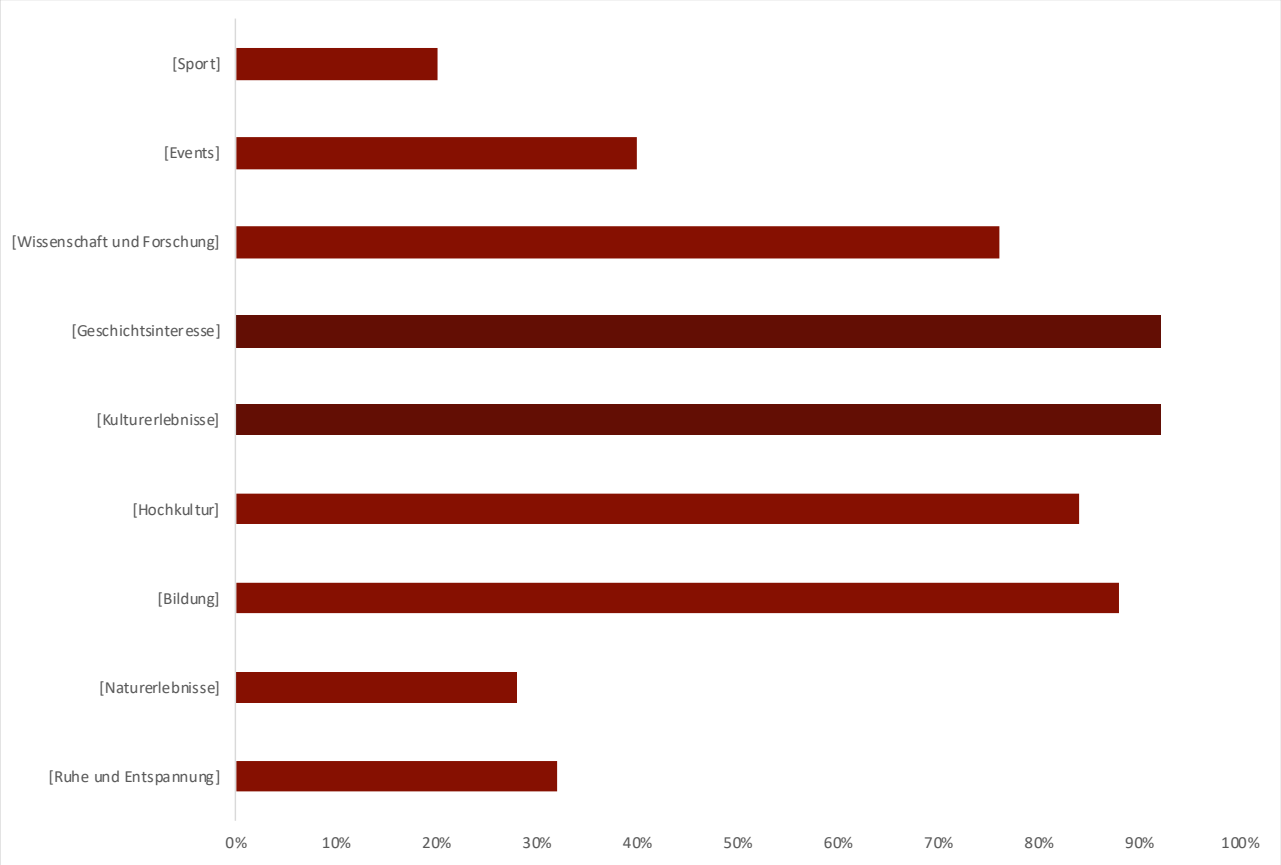



Sonstiges:

- „Unterstreichung der Bedeutung der Hansestadt (OUV)“

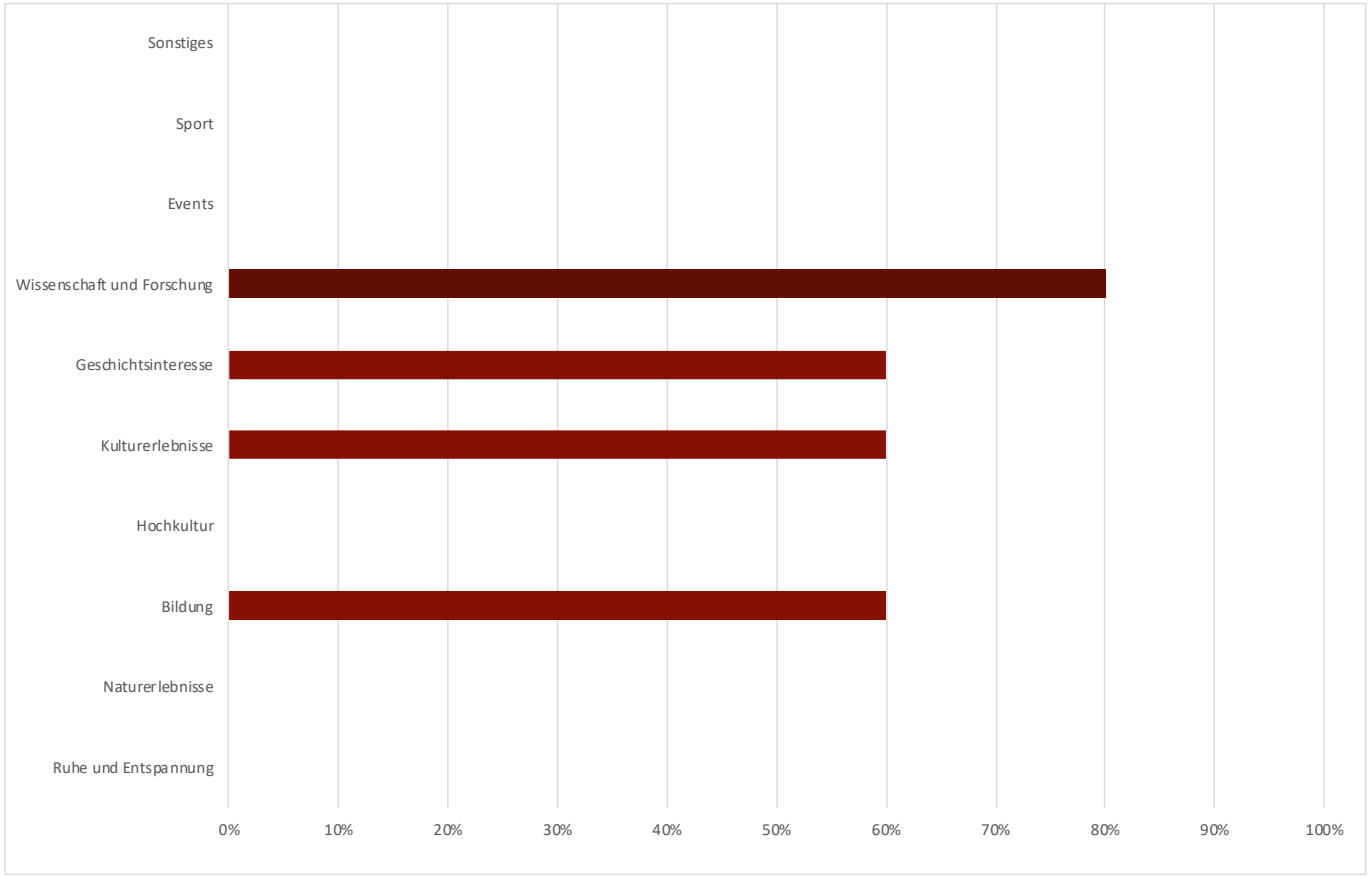
# UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
# TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.1. Welche Interessensgebiete spricht Ihre Einrichtung primär an?



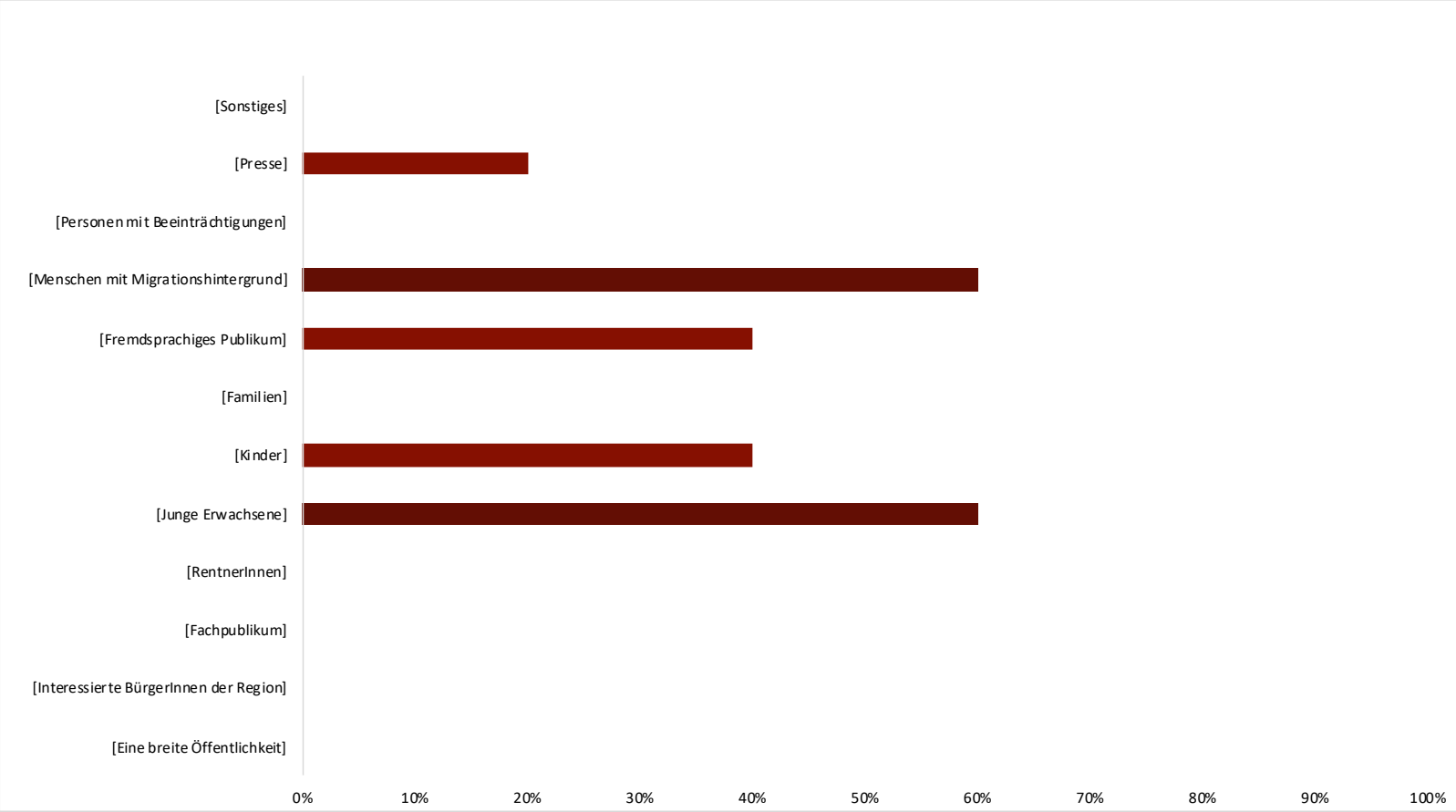
UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.2. Welche Interessensgebiete sollten Ihrer Meinung nach stärker angesprochen werden?



# UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
## TeiL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

### 2.3. Welche Zielgruppen erreicht Ihre Einrichtung bisher weniger und würden Sie gerne stärker ansprechen?



UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?

### A) Einrichtungen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P1. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | über uns selbst | Museen | Presse | Universitäten | |
| P2. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | eigene | Museen | Presse | | |
| P3. Lübeck Travemünde Marketing GmbH | | | Website der LTM | | |
| P4. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | Bauverwaltung | Stadtplanung | | Vereine | |
| P5. / Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung | Workshops | | | | |

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
## B) Themen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P1. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | Stadtgeschichte, Forschung | Kulturgeschichte | Aktuelles, Kultur, Forschung | Forschung | |
| P2. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | Stadtgeschichte | Kulturgeschichte | Aktuelles | | |
| P3. Lübeck Travemünde Marketing GmbH | | | | | |
| P4. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | Sanierung / Um- u. Neubau | Stadtentwicklung | Stadtgeschichte | | |
| P5. / Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung | Spezielle Stadtthemen | | | | |

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
## C) Veranstaltungen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P1. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | Grabungen, Kolloquien, Vorträge, Ausstellungen | Ausstellungen | Ortstermin, Pressetermine, Internet, TV, Radio, Printmedien | Präsenz- und Online-Formate | |
| P2. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | Grabungen | Ausstellungen | Aktuelles | | |
| P3. Lübeck Travemünde Marketing GmbH | Hansekulturfestival | Welterbetag | | | |
| P4. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | Verwaltungsverfahren | Vorträge, Führungen | öffentl. Bürgerbeteiligung | | |
| P5. Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung | Z.B. Workshops | | | | |

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
## D) Sonstiges

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P1. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | | | | | |
| P2. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | | | | | |
| P3. Lübeck Travemünde Marketing GmbH | Social Media | | | | |
| P4. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck | | | | | |
| P5. / Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung | | | | | |

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TeiL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.5. Wie viel Prozent der Menschen der Region erreicht Ihre Einrichtung schätzungsweise über diese Schnittstellen?

| | |
|---|---|
| 70 % | P1. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Lübeck |
| 50 % | P2. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Lübeck |
| 30 % | P3. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Lübeck |
| 60 % | P4. Lübeck und Travemünde Marketing GmbH |
| 5 % | P5. Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung |

## UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
## TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

### 2.6. Wie viel Personalkapazitäten hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit?

| | |
|---|---|
| 0 Std/Woche | P1. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Lübeck |
| 0 Std/Woche | *keine Kapazität explizit für das Thema, es wird im Rahmen der Tourismusmarketing-Aufgaben betreut<br>P3. Lübeck und Travemünde Marketing GmbH |
| 0 Std/Woche | P4. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Lübeck |
| 1 Std/Woche | P5. Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung |

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.7. Welche Objekte/Projekte sind bereits digital verfügbar/digitalisiert? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

### A) Welche Objekte sind digitalisiert und (zum Teil) öffentlich zugänglich? [Was?/Zielgruppe]

- „Wand- u. Deckenmalerei-Datenbank; Denkmaliste | Verwaltung/Forschung/Öffentlichkeit“
- „B-Pläne, Pläne der Stadt | Interessierte Öffentlichkeit“

### B) Welche Objekte sind digitalisiert und nicht öffentlich zugänglich? [Was?/Zielgruppe?]

- „GIS-Kartierung von Denkmalen; Denkmaldatenbank | Verwaltung/Forschung/Öffentlichkeit“
- „interne Stadtpläne/Planungen | Verwaltung“

### C) Welche Apps verwenden Sie (Spiel, Guides o.a.) [Was?/Zielgruppe?]

- –

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.8. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der nächsten 2–5 Jahre? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

- „Mitarbeit beim digitalen Kulturwerk der Hansestadt (Zielgruppe: alle)
- „Weiterführung eigener Vermittlung durch Publikationen, Presse, Uni, Vorträge etc.“
  (P1. Obere und Untere Denkmalschutzbehörde Lübeck)

- „Mitarbeit am Digitalen Kulturwerk Lübeck“
  (P2. Obere und Untere Denkmalschutzbehörde Lübeck)

- „neue Datenbank Wand- u. Deckenmalerei stadtweit; diverse bauhistor. Kataster (Dach-, Keller- , Brandwand-) denkmalrechtl. Erfassung aller Baudenkmale stadtweit (Inventarisation) , Hausmuseum und/oder Welterbezentrum, kartografische Darstellung mit Verknüpfung zu Datenbanken“
  (P3. Obere und Untere Denkmalschutzbehörde Lübeck)

- „Der Management-Plan wird fortgeschrieben, im Rahmen dessen werden auch die Bildungsangebote/Kapazitäten geprüft und überarbeitet“
  (P4. Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung)

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

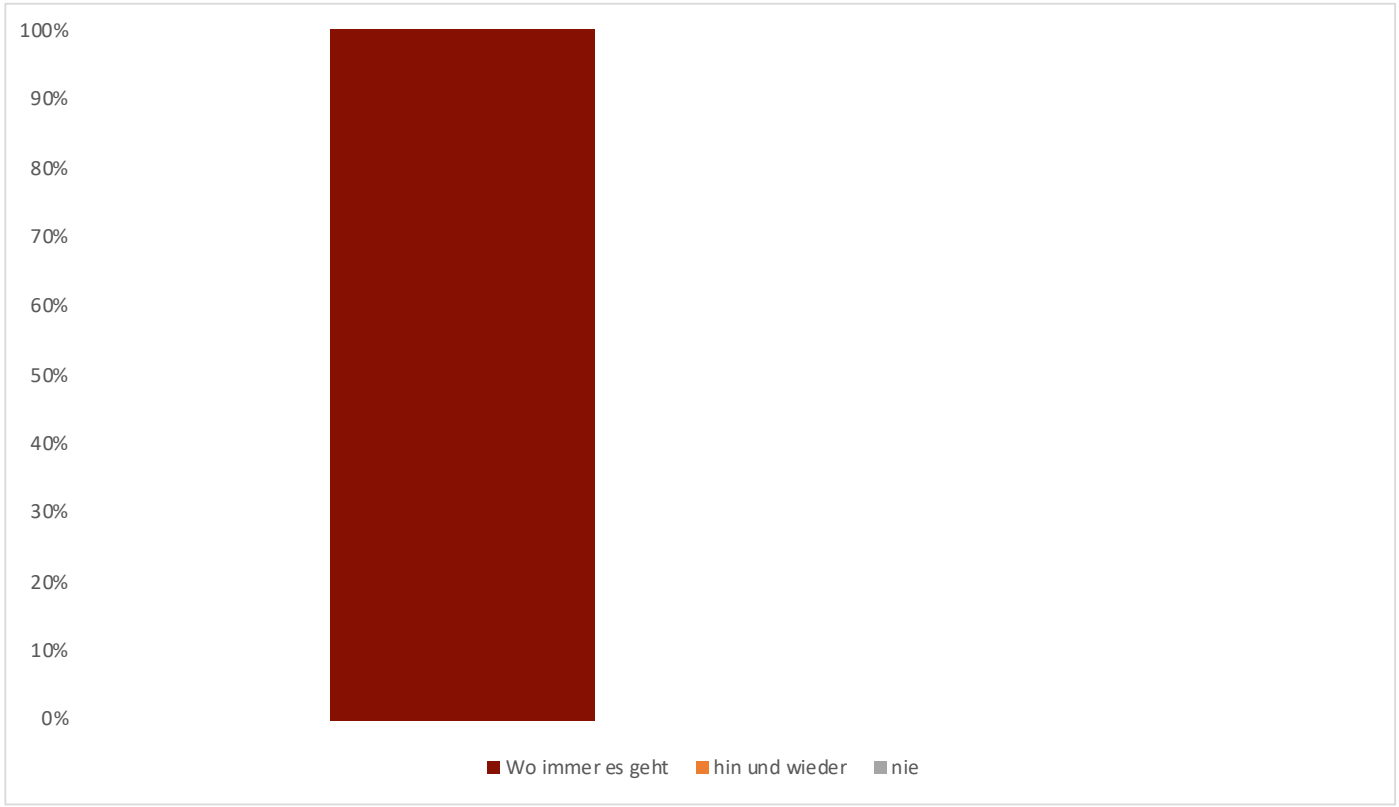
## 2.9. Welche Projekte/Themen würden Sie gerne stärker gewichten? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

- „Vervollständigung d. Inventarisation“
- „Hausmuseum“
- „Welterbezentrum“
- „Katastererstellung“

- „Bildung"
- „Digitaler Zwilling"
- „Risk Management"
- „Nachhaltigkeit"

## UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
## TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

# 3.1. Wie aktiv bewerben Sie die Auszeichnung UNESCO-Welterbe in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit?



UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.2. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten 2 Jahren? Wen wollen Sie damit erreichen?

- „siehe vorherige Seite“
  (P1. Obere und Untere Denkmalschutzbehörde Lübeck)

- „s.o.“
  (P5. Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung)

- "Digitales Kulturwerk“
  (P2. Obere und Untere Denkmalschutzbehörde Lübeck)

- "Unsere vorrangige Zielgruppe ist laut Sinus-Milieu das Liberal-Intellektuelle Milieu, das wir im Inland über Kampagnen wie "Immernochdieselben", über Angebote am Welterbetag (auch digital), über unsere Website, unseren Blog Lübeck ZWISCHENZEILEN, unseren Podcast Lübeck ZWISCHENTÖNE und unsere Social Media-Kanäle ansprechen.“
- „Wichigtster Partner ist der Verein UNESCO Welterbestätten in Deutschland e.V., in dem wir im Vorstand vertreten sind und der Presse- und Lobbyarbeit in Deutschland leisten und die deutschen Welterbestätten in einigen europäischen Auslandsmärkten präsentiert.“
- „Wir beteiligen uns zudem an den relevanten Kampagnen der Deutschen Zentrale für Tourismus e.V. (DZT) in den für Lübeck wichtigen Auslandsmärkten. Aktuell z.B. an der German.local.culture Kampagne.“
  (P3. Lübeck und Travemünde Marketing GmbH)

- "digitale Präsenz vergrößern; mehrsprachige Fachinformationen für die interessierte Öffentlichkeit; digitalen Bürger-/Öffentlichkeits-Service einrichten“
  (P4.Obere und Untere Denkmalschutzbehörde Lübeck)

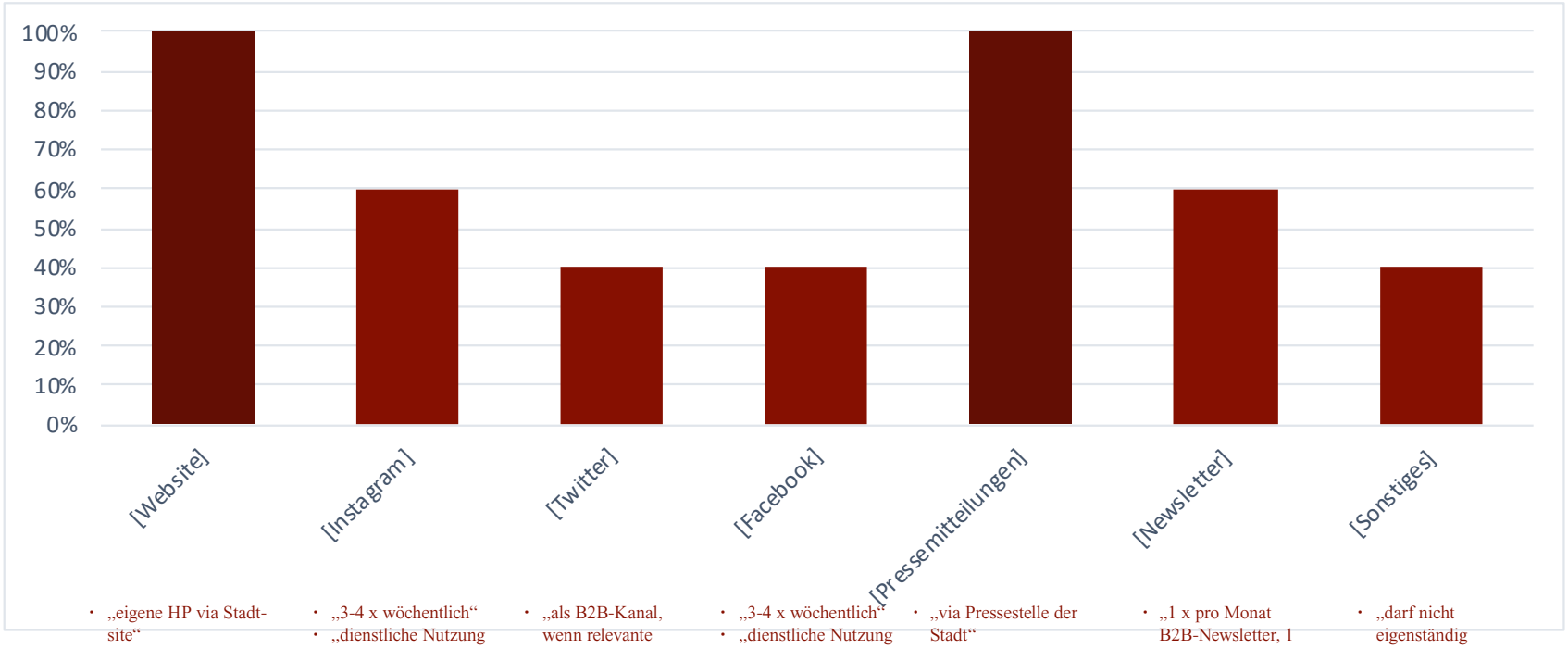
UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TeiL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.3. Wie viele Personalkapazitäten haben Sie für die Öffentlichkeitsarbeit?

| | |
|---|---|
| – | P1. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck |
| 1 Teilzeitstelle | P2. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck |
| 0 | *keine Kapazität explizit für das Thema UNESCO, bei der LTM gibt es jedoch eine Vollzeit-Pressestelle<br>P3. Lübeck und Travemünde Marketing GmbH |
| 0 | *keine; bislang Zusatzaufgabe für alle wissenschaftlichen Mitarbeiter/innen<br>P4. Untere und Obere Denkmalschutzbehörde Hansestadt Lübeck |
| 1 Std. / Woche | P5. Hansestadt Lübeck, Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung |

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TeiL 3: Öffentlichkeitsarbeit

# 3.4. Welche digitalen Kanäle nutzen Sie bisher oder werden in absehbarer Zukunft regelmäßig bespielt?




- „eigene HP via Stadt-site“
- „Infos zu den Aufgaben der Behörde“
- „www.luebeck-tourismus.de / www.visit-luebeck.com"
- „offizielle website der HL mit Angaben zum Bürgerservice“
- „Verweise zum Welterbe auf Lübeck.de und auf anderen Websites zB LTM“

- „3-4 x wöchentlich“
- „dienstliche Nutzung untersagt“
- „indirekt: Influencer aus Lübeck mit dem Thema Lübeck“

- „als B2B-Kanal, wenn relevante Themen zu kommunizieren sind“
- „dienstliche Nutzung untersagt“

- „3-4 x wöchentlich“
- „dienstliche Nutzung untersagt“

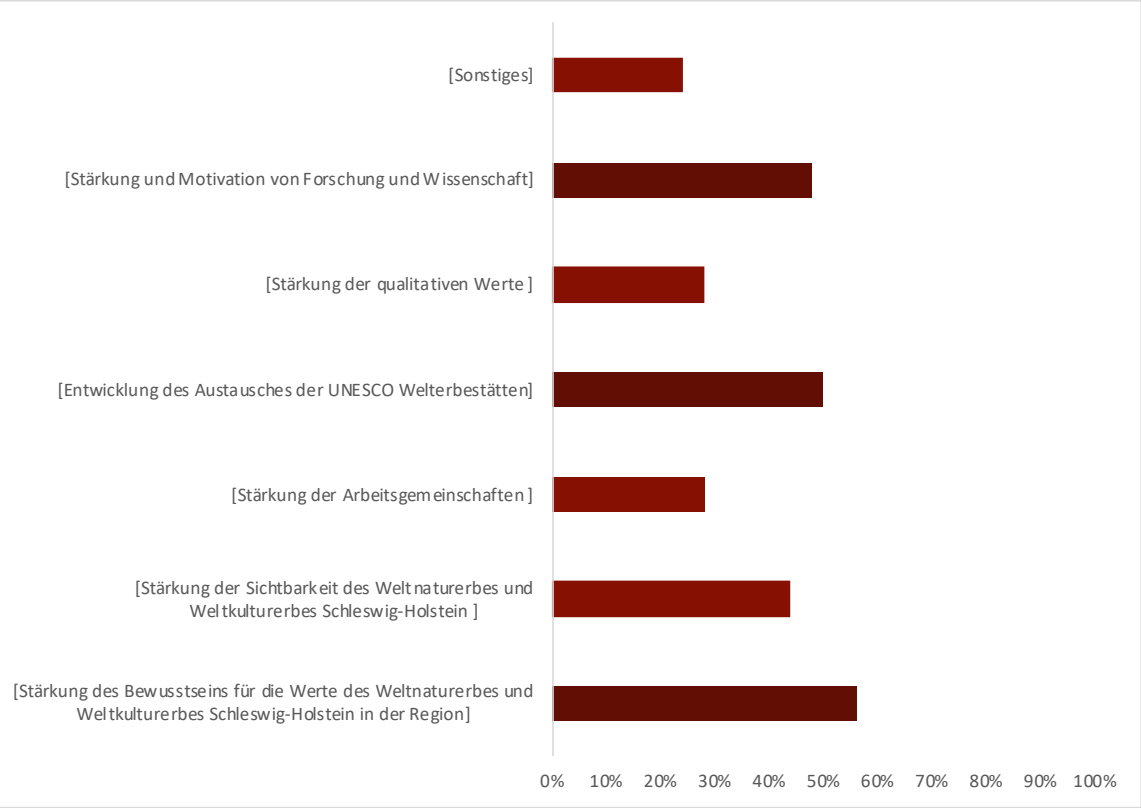
- „via Pressestelle der Stadt“
- „Aktuelle Aktionen und Maßnahmen“
- „nach Thema und Bedarf“
- „Meldungen zu neuen denkmalfachlichen Entdeckungen (z.B. Malereien, besondere Häuser/Bauteile usw.)“
- „grundsätzliche Mitteilungen der Pressestelle zu aktuellen Themen“

- „1 x pro Monat B2B-Newsletter, 1 x pro Quartal B2B-Newsletter Englisch“
- „in Planung“
- „über andere Akteure, nicht die Stadt selbst“

- „darf nicht eigenständig verwendet werden“
- „Lübeck ZWISCHENZEILEN: 2 x pro Monat ein neuer Artikel, Podcast Lübeck ZWISCHENTÖNE an jedem Ersten d Monats“

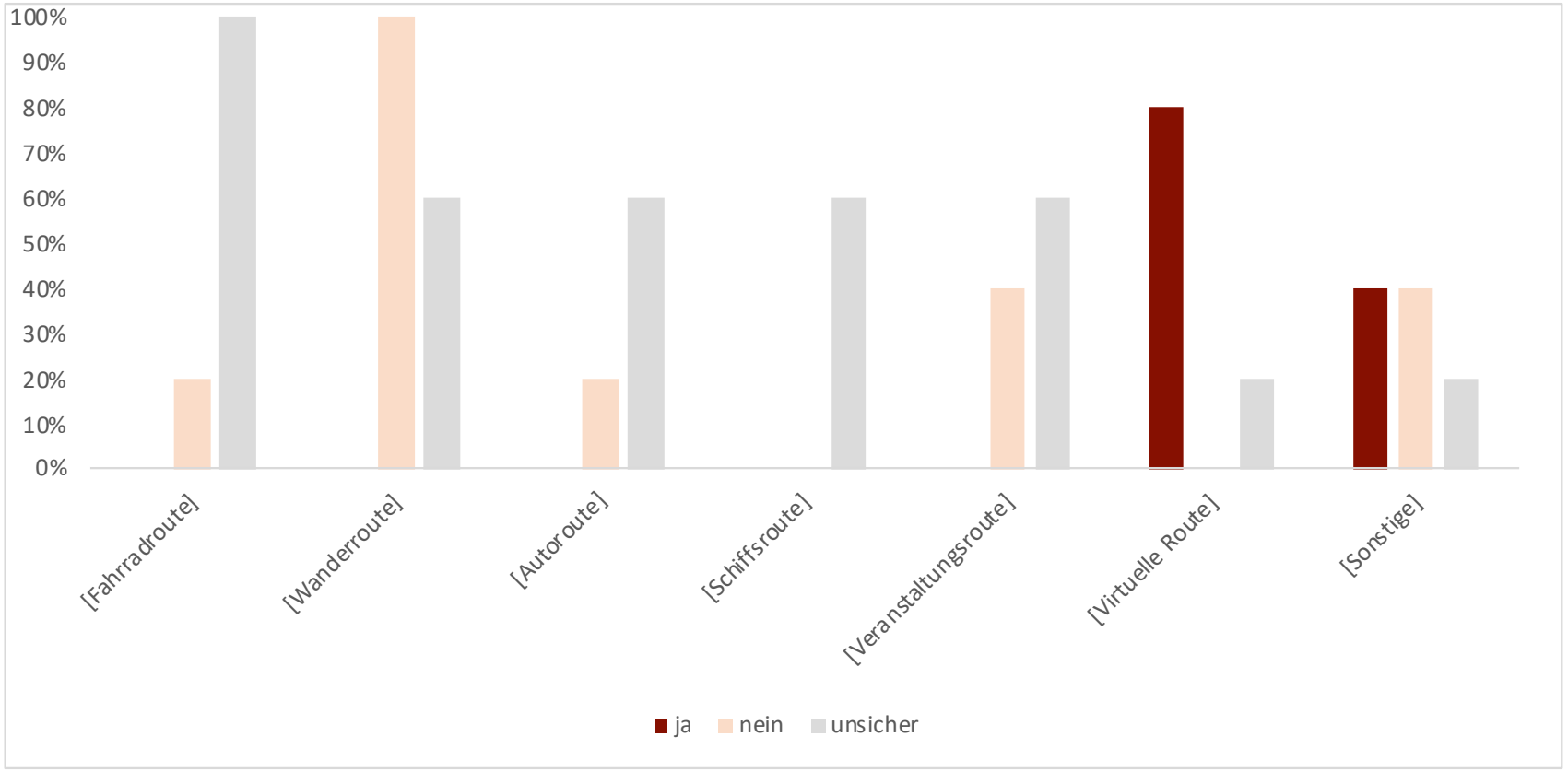
# UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
# TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.1. Wie schätzen Sie den Nutzen in einem Verbund der Welterbestätten ein?



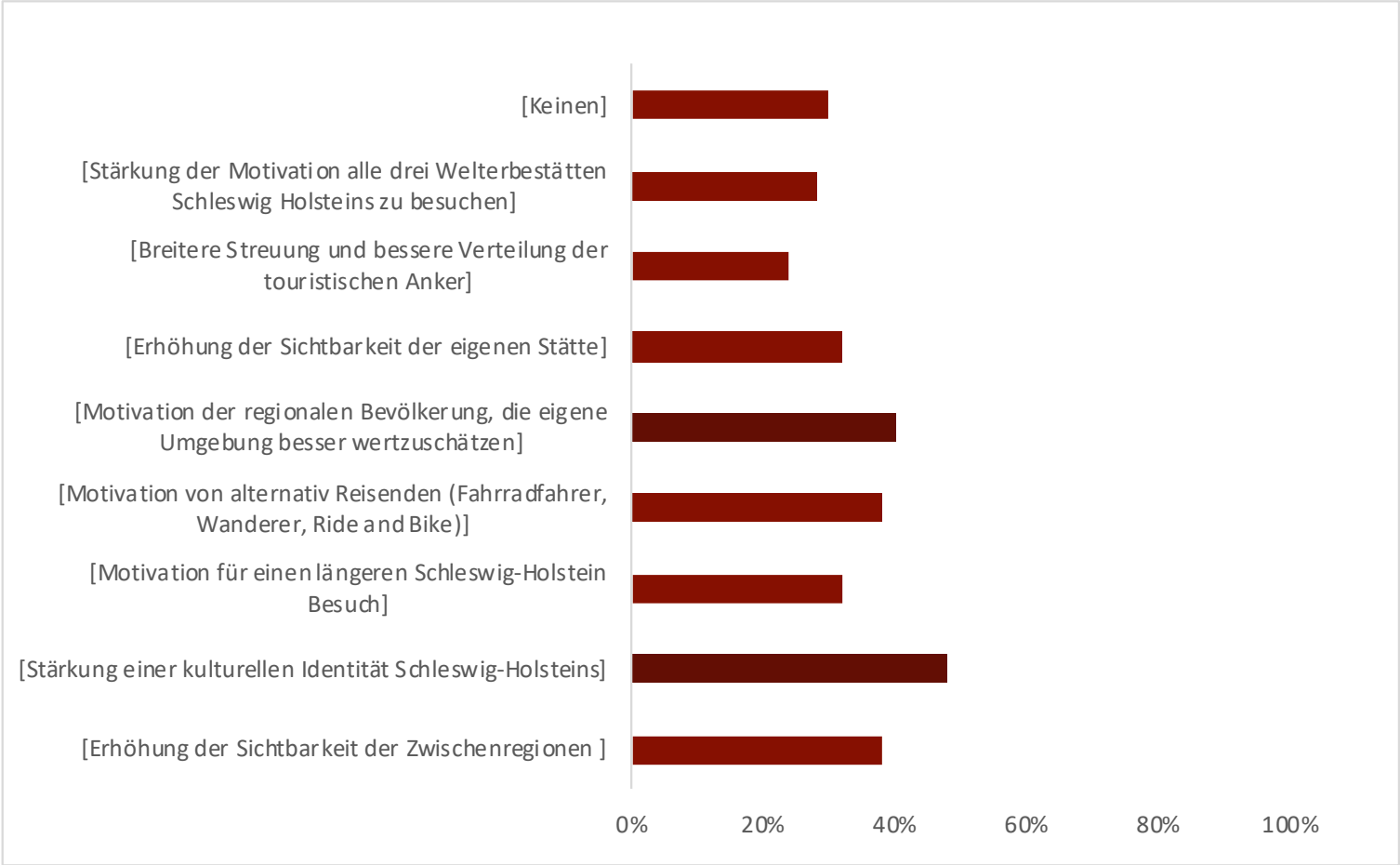
UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.2. Welche Art von Routen zwischen den Welterbestätten Schleswig-Holsteins wünschen Sie sich?



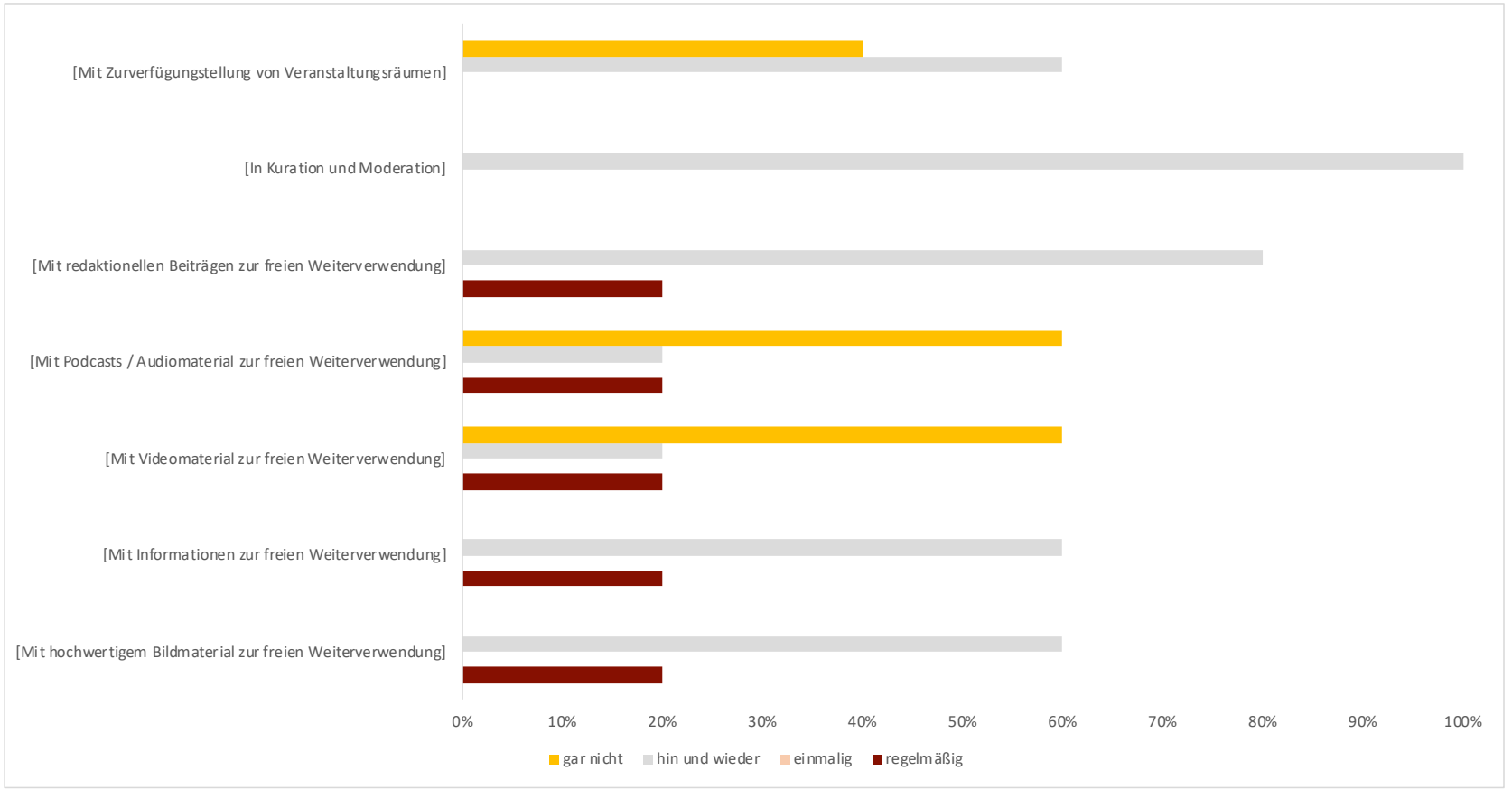
UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.3. Welchen Nutzten sehen Sie in der Entwicklung einer Route zwischen den Welterbestätten?



UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.4. Wie könnten Sie mögliche neue Formate in einem Netzwerkverbund unterstützen?



# 4.5. Haben Sie konkrete Ideen oder Vorschläge für ein Netzwerkformat?

- „Nein"

- „Ich sehe keinen großen Nutzen in der Schaffung einer Route. Die 3 Stätten in SH sind so heterogen, dass sie zu unterschiedliche Zielgruppen ansprechen. Außerdem werden die WE-Stätten in Deutschland bereits geographisch und thematisch über Routen präsentiert und vermarktet, wobei Haithabu da noch nicht einbezogen war. Aktuelle werden die Routen neu konzipiert.https://www.dreamango.com/de/liste/unesco-welterberouten-deutschland/127881103/ https://www.germany.travel/de/kampagne/welterbe/routen.html"

- „Nein; aus Sicht der Denkmalbehörde ist die inhaltliche Ausrichtung dieser Anfrage zu stark auf Vermarktung/Tourismus zugeschnitten; der Wert des Welterbe Lübecks besteht im Erhalt der Substanz, der wissenschaftlichen Erforschung und Vermittlung der Authentizität des mittelalterlichen baulichen Erbes; ein überregionales Netzwerk, in dem diese Werte Zielstellung wären, würde dem Welterbe Lübeck deutlich gerechter werden; die drei Welterbestätten in SH sind allerdings in ihren Inhalten extrem unterschiedlich und singulär und daher inhaltlich kaum miteinander zu verknüpfen;“
- „sinnvoll halten wir einen internen Austausch zu wissenschaftlichen Methoden, Zusammenarbeit mit Universitäten und das Einwerben von Drittmitteln für Forschungszwecke“

- „Ist schwierig zu beantworten und sollte ggf. nochmal im Workshop erörtert werden“

UMFRAGEAUSWERTUNG ALTSTADT LÜBECK
TEIL 5: ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN UND -WÜNSCHE

## 5.1. UNESCO-Weltkulturerbe und -Traditionen seit 1987. Die Altstadt Lübeck und die Verortung im Hier und Jetzt: Was, welche Themen wollten Sie schon immer einmal neu denken?

- „Weitere Vernetzung mit den Welterbestätten und historischen Orten des hansischen Ostseeraumes an der deutschen, polnischen, skandinavischen und baltischen Ostseeküste."
- „Wir müssen Menschen mit Migrationshintergrund und junge Generationen erreichen. Das passiert in Lübeck bisher kaum (und ist auch nicht die Aufgabe unseres Unternehmens). Wir brauchen digitale Lösungen als Alternative zu einem Welterbezentrum, das es in Lübeck leider nicht geben wird - was ich persönlich falsch finde. Vor allem brauchen wir mehr Personal und Finanzmittel speziell für die Bewahrung (und nicht nur die Verwaltung) des Welterbes"
- „Umkehr vom quantitativen zum qualitativen „Tourismus" mit dem Ziel höherer Wertschätzung der historisch einmaligen Bausubstanz und Ausstattung in einer für das Bundesland S-H prägenden Kulturlandschaft“
- „Stärkung des Welterbegedankens durch konsequente Rücksichtnahme bei zukünftigen stadtplanerischen und politischen Entscheidungen (z.B. Verkehr, Solar- u. Windkrafteinrichtungen, Neubauten, Nutzungsintensität ...)"
- „Erforschung und Publikation von wissenschaftlichen Fragestellungen im Umfeld des Welterbes“
- „Eigentlich in den vorherigen Fragen beantwortet – die Situation in Lübeck ist anders als in den anderen Welterbestätten, da eine ganze Stadt Welterbe ist, wir haben eine große Vielzahl von Akteuren. Eine gute Vernetzung muss bereits innerhalb der Stadt stattfinden, das Thema Bildung, nachhaltiger Tourismus, Nachhaltigkeit, Quantität, statt Qualität, Klimaveränderungen und damit verbundene neue Herausforderungen, Anpassungen, Bewusstsein in den Schulen stärken und überhaupt entwickeln, was bedeutet heute Kultur, was bedeutet Unesco Welterbe heute (welche Verantwortung haben wir?) …“

## TEAM PANATOM

Juliane Froböse, Geschäftsführerin
jf@panatom.de

Kristina Worthmann, Projektleiterin
kw@panatom.de

Philipp Hartung, Projektleiter
ph@panatom.de

Elke Doppelbauer, Projektassistenz
ed@panatom.de

Telefon: 030 6120 35 11

Panatom

# Umfrageauswertung des Netzwerks Wattenmeer zur Netzwerkstrategie Weltkultur- und Weltnaturerbe für das Land Schleswig-Holstein

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

1. UNESCO Welterbe

1.1. Für welche ideellen Werte bzw. Kernwerte steht die UNESCO Welterbekonvention?
1.2. Welche Erwartungshaltung/en knüpfen Sie an den Status „UNESCO Welterbe" heute?
1.3 Was bedeutet die Auszeichnung „UNESCO-Welterbe" für Ihre Region?

2. Bildung und Vermittlungsarbeit

2.1. Welche Interessensgebiete spricht Ihre Einrichtung primär an?
2.2.Welche Interessensgebiete sollten Ihrer Meinung nach stärker angesprochen werden?
2.3. Welche Zielgruppen erreicht Ihre Einrichtung bisher weniger und würden Sie gerne stärker ansprechen?
2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
2.5. Wie viel Prozent der Menschen der Region erreicht Ihre Einrichtung schätzungsweise über diese Schnittstellen?
2.6. Wie viel Personalkapazitäten hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit?
2.7. Welche Objekte/Projekte sind bereits digital verfügbar/digitalisiert? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?
2.8. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der nächsten 2–5 Jahre?
2.9. Welche Projekte/Themen würden Sie gerne stärker gewichten?

3. Öffentlichkeitsarbeit

3.1. Wie aktiv bewerben Sie die Auszeichnung UNESCO-Welterbe in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit?
3.2. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten 2 Jahren? Wen wollen Sie damit erreichen?
3.4. Wie viele Personalkapazitäten haben Sie für die Öffentlichkeitsarbeit?
3.5. Welche digitalen Kanäle nutzen Sie bisher oder werden in absehbarer Zukunft regelmäßig bespielt?

# UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
# ÜBERBLICK FRAGENKATALOG 4–5

4. Netzwerkstrategie Schleswig Holstein
4.1. Wie schätzen Sie den Nutzen in einem Verbund der Welterbestätten ein?
4.2. Welche Art von Routen zwischen den Welterbestätten Schleswig-Holsteins wünschen Sie sich?
4.3. Welchen Nutzten sehen Sie in der Entwicklung einer Route zwischen den Welterbestätten?
4.4. Wie könnten Sie mögliche neue Formate in einem Netzwerkwerkverbund unterstützen?
4.5. Haben Sie konkrete Ideen oder Vorschläge für ein Netzwerkformat?

5. Zukunftsperspektiven und -wünsche
5.1. Als Biosphärenreservat ist das Schleswig-Holsteinische Wattenmeer auch Modellregion für die nachhaltige Entwicklung von Mensch und Natur und damit die Chance die Werte des Nationalparkstatus und des Weltnaturerbe besonders hervorzuheben. Was würden Sie “der Welt“ in Ihrer Rolle als Modellregion gerne mitteilen?

Grafische Auswertungen geben jeweils die Tendenzen prozentual an.
P = Person

Foto S. 1: Tomás Saraceno: Cloud Cities, Foto: CC-BY 2.0, Neil H.

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

# 1.1. Für welche ideellen Werte bzw. Kernwerte steht die UNESCO Welterbekonvention?

- „Natur- und Kulturgüter von außergewöhnlichem universellem Wert als Teil des gemeinsamen Erbes der Menschheit für zukünftige Generationen zu erhalten.“
- „Für die Bewahrung außergewöhnlicher Stätten, die für die Menschheit von Bedeutung sind, aber auch global für die Biodiversität und natürliche Prozesse und Schauspiele. Für die Verantwortung, dazu beizutragen, etwas Besonderes langfristig zu erhalten, das einzigartige Naturwerte betrifft wie auch von Menschenhand Geschaffenes. Dauerhaftigkeit im Engagement unter Einbeziehung der lokalen Bevölkerung und Austausch im internationalen Raum.“
- „Die Konvention steht für den Schutz und Erhalt“
- „Bewahren – Schutz – Wertschätzung“
- „Für den universellen Schutz herausragender Kultur- und Naturschätze“
- „Schutz und Erhaltung bedeutsamer Stätten für die gesamte Menschheit. -> Austausch, Zusammenarbeit, verschiedene Kulturen, Inspiration“

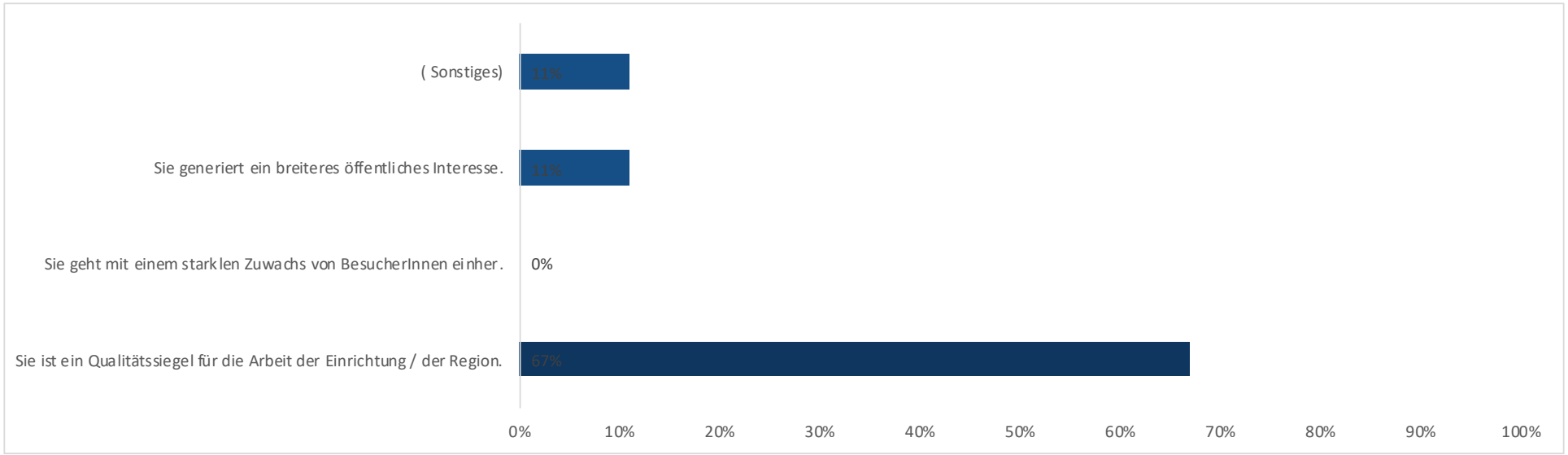
UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

## 1.2. Welche Erwartungshaltung/en knüpfen Sie an den Status "UNESCO Welterbe" heute?

- „Aufmerksamkeit erzeugen für die Einzigartigkeit, globale Bedeutung und Schutzbedürftigkeit des Wattenmeeres / Zunahme von Wissen und Akzeptanz bei der Bevölkerung / Stolz auf das Wattenmeer, Ownership erzeugen / Förderung der Achtsamkeit und Motivation, sich für den Schutz des Weltnaturerbes Wattenmeer einzusetzen“
- „Eine generationenübergreifende Verantwortung zu Schutz und Erhalt, eine Rücksichtnahme bei Transformationsprozessen wie der Energiewende und wirtschaftlichen Entwicklungen - Verantwortung nicht nur der Welterbemanager:innen, sondern auch der Verantwortlichen in Politik, Gesellschaft und Wirtschaft“
- „Bekanntheit und Bewusstheit für dieses Einzigartige vor der Haustür, Stolz auf das Erreichte (durch die jahrzehntelange intensive, länderübergreifende Naturschutzarbeit konnte der Status erst erlangt werden)“
- „Außergewöhnlicher Wert für alle“
- „Wir nutzen den Welterbe Status in der Kommunikation, um die Besonderheit des Wattenmeers zu betonen. wir verbinden damit keine Erwartungshaltung“
- „Schutz und Erhaltung der Welterbestätten, der Stätte angemessene Nutzung, Informationsvermittlung zur Welterbestätte“

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 1: UNESCO WELTERBE

# 1.3. Was bedeutet die Auszeichnung "UNESCO Welterbe" für Ihre Region?

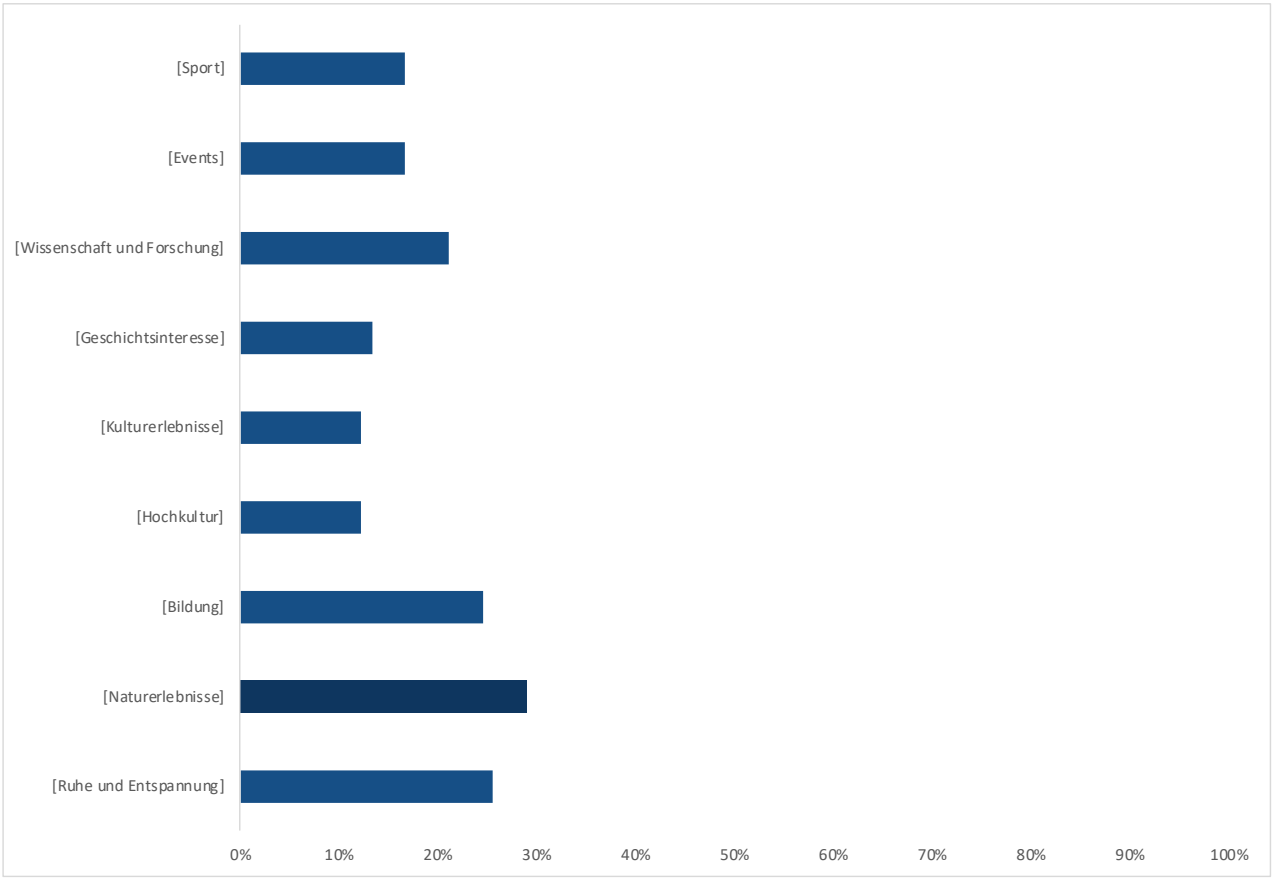



Sonstiges:

- „Sie ist ein Qualitätssiegel für den Lebensraum Wattenmeer“

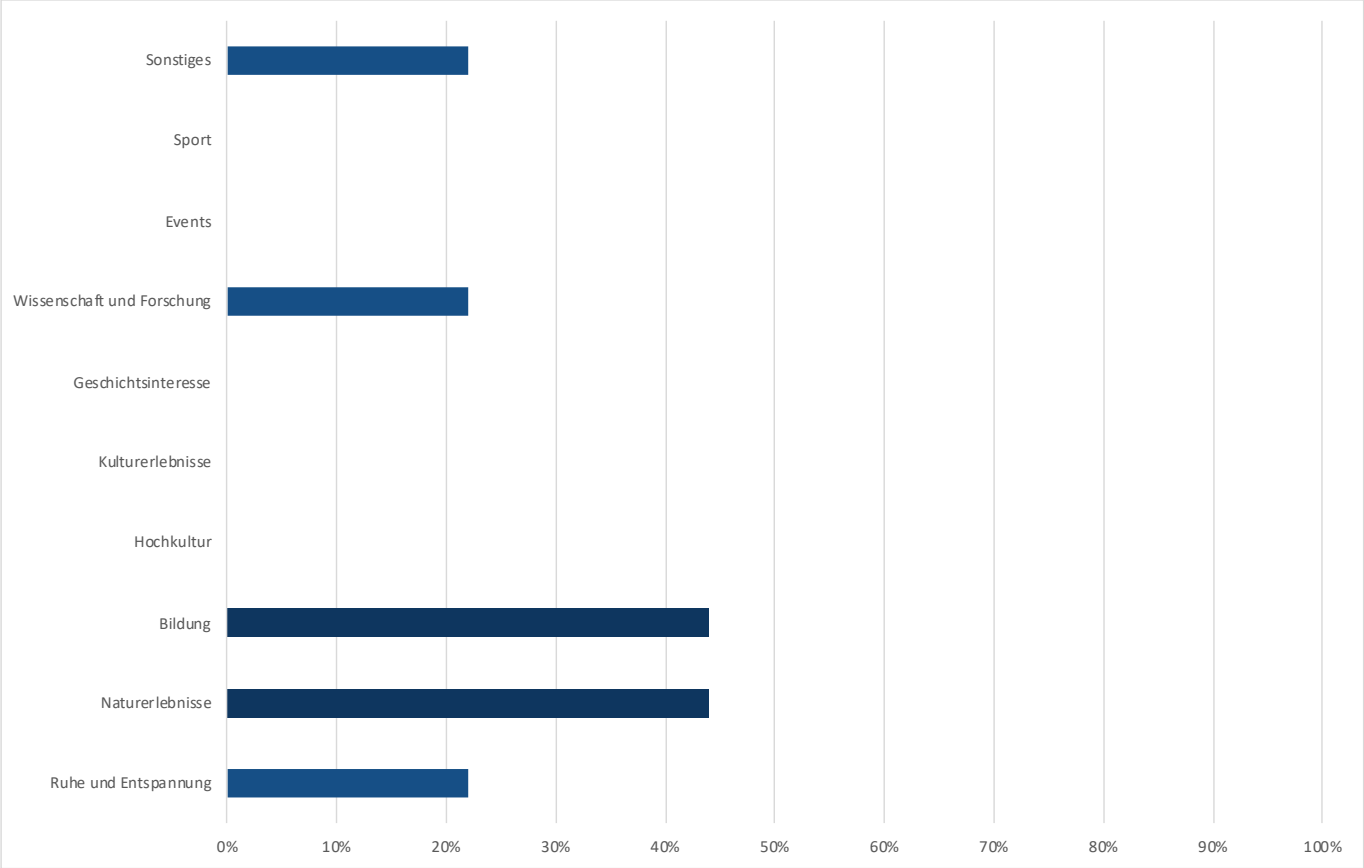
# UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
# TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.1. Welche Interessensgebiete spricht Ihre Einrichtung primär an?



# UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
# TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.2. Welche Interessensgebiete sollten Ihrer Meinung nach stärker angesprochen werden?

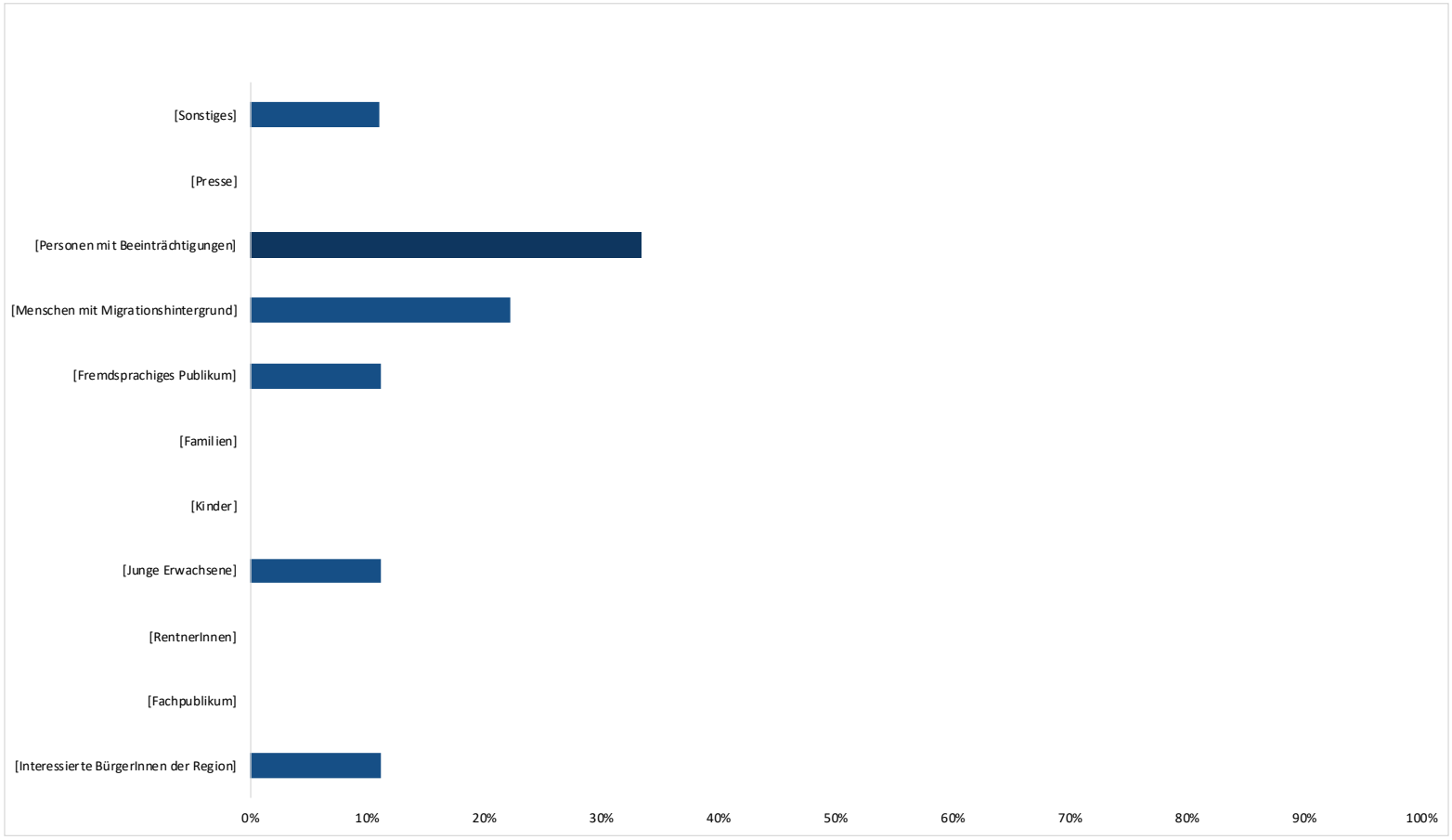



Sonstiges:

- „stärkere Ansprache anderer Themenfelder nicht erforderlich“
- „Nachhaltigkeit“

# UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
# TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.3. Welche Zielgruppen erreicht Ihre Einrichtung bisher weniger und würden Sie gerne stärker ansprechen?




Sonstiges: „Fremdsprachiges Publikum (außer DK)“

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?

### A) Einrichtungen

| | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| P1. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Nationalpark-Partner | Schulen, Jugendherbergen | Nationalpark-Kuratorien | | Medien | Naturschutzverbände |
| P2. Ministerium für Energiewende… | Nationalpark-Partner | Schulen, Kitas | Informationseinrichtungen | Nationalpark-Ranger:innen | | Naturschutzverbände |
| P8. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Nationalpark-Partnerschaft | Kitas & Schulen | Informationszentrum Multimar Wattforum und Nationalpark-Häuser | Ranger:innen der Nationalparkverwaltung | Presse | |
| P9. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Nationalpark-Partner-Programm | Schulen & Kindergärten | Nationalpark-Zentrum Multimar Wattforum und Nationalpark-Infozentren in Nordfriesland und Dithmarschen | | | |

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?
## B) Themen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P1. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | nachhaltiger Tourismus | | Weltnaturerbe und Nationalpark Wattenmeer | | |
| P2. Ministerium für Energiewende… | Prozesse im Wattenmeer | Wattenmeer (Welterbe, Nationalpark) | Weltnaturerbe, Nationalpark | | |
| P8. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Ökosystem Wattenmeer | Ökosystem Wattenmeer, Leben im & am Wattenmeer, versch. konkrete Themen | | | |
| P9. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Wale, Watt & Weltnaturerbe | Bildungsangebote zu Wattenmeerthemen | Vögel und Klimawandel im Wattenmeer | Urlaub in der Nationalparkregion | |

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?

### C) Veranstaltungen

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P1. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Jahrestreffen der Nationalpark-Partner, Gäste: Geführte Touren, Nationalpark-Woche | Schul-/Bildungsangebote Indoor (Nationalaprk-Zentrum Multimar Wattforum) | Ringelganstage, | Kuratoriumssitzungen | Naturerlebnisangebote |
| P2. Ministerium für Energiewende… | Partnerschaftenn, Bildungsmaterialien,Wanderwerkstatt (Vögel im Wattenmeer, Klimawandel) | Ausstellungen, Vorträge, Führungen | Information in Unterkünften, Führungen, Informationseinrichtungen | Wattwanderungen, Informationseinrichtungen, geführte Wanderungen | Führungen |
| P8. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Veranstaltungen zum Thema Natur und Tourismus | | | | |
| P9. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Führungen (outdoor), Events wie Poetry-Slam, Müllsammel-Aktionen, Vorträge etc. | über die Angebote der Nationalpark-Partner:innen | Projektwochen/Projekte, Wanderwerkstatt, Besuche der Infozentren, Schullabor, "Nationalpark-Ecken" in den Einrichtungen etc. | Medieninformation, Abdrucke in den Zeitungen, Berichte im Fernsehen & Radio | Führungen, Vorträge, dem Nachgehen ihrer Arbeit im Außendienst |
| P1. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Ausstellung, Bildungsangebote, Naturerlebnisangebote, Lehrerfortbildungen, Themenjahre | Ausstellung und Bildungsangebote im Nationalpark-Zentrum Multimar Wattforum | Wanderwerkstatt „Vögel im Nationalpark Wattenmeer“ und Lernwerkstatt „Klimawandel im Wattenmeer“ | | |

## 2.4. Über welche Schnittstellen erreicht Ihre Einrichtung die Menschen aus der Region aktuell am besten?

### D) Sonstiges

| | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|
| P1. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein | Presse- und Medieninformationen, webseite | Outdoor-Angebot z.B. Wattführungen | webseite, NP-Nachrichten, Facebook, Instagram | | |

## UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
## TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

2.5. Wie viel Prozent der Menschen der Region erreicht Ihre Einrichtung schätzungsweise über diese Schnittstellen?

| | |
|---|---|
| 50 % | P1. Nationalparkverwaltung, Kommunikation und Nationalpark-Partner |
| 30 % | P2. Nationalparkverwaltung,Naturschutzverwaltung |
| 10 % | P5. Nationalparkverwaltung |
| 1 % | P6. Nordsee-Tourismus-Service GmbH |
| 80 % | P8. Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein |

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.6. Wie viel Personalkapazitäten hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit?

**25 Stellen**

*Inkl. Nationalpark-Zentrum Multimar, teilweise Nationalpark-Ranger:innen, Personal mit Aufgabe Multiplikatorenschulungen für Nationalpark-Partner, Freiwillige der Naturschutzverbände
P1. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein

* Diese Tätigkeit wird von der Nationalparkverwaltung und den betreuenden Naturschutzverbänden übernommen
FH Westküste

**5 Stellen**

P6. Nordsee Tourismus GmbH

* Schwerpunkt unserer Arbeit liegt in der Neukundengewinnung für die Nordsee nicht in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit in der Region daher kann auch zur vorherigen frage keine Zahl angegeben werde
P7. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein

* 2 Fachbereiche plus die Ranger:innen im Außendienst der Nationalparkverwaltung beschäftigen sich mit der Öffentlichkeits- und Bildungsarbeit
P8. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein

## 2.7. Welche Objekte/Projekte sind bereits digital verfügbar/digitalisiert?

### A) Welche Objekte sind digitalisiert und (zum Teil) öffentlich zugänglich? [Was?/ Zielgruppe]

„Webseiten (Nationalpark, Nationalpark-Partner), Facebook, instagram, Pressemitteilungen, Nationalpark-Nachrichten. Nationalpark-Partner Newsletter, Informationen zu EU-Projekten |breite Öffentlichkeit, Fachpublikum, interessierte Bürger:innen, Personen  mit Beeinträchtigungen, Nationalpark-Partner, Rentner:innen, junge Erwachsene, Familien, fremdsprachiges Publikum, Menschen mit Migrationshintergrund“
(P1. Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein)

„Fast die gesamte Wattenmeerküste ist öffentlich zugänglich (teilweise muss Strandgebühr bezahlt werden), Übersichtskarte über das Wattenmeer, versch. Infobroschüren/Flyer, spezielle Angebote für Kinder (Branta-Buch & Ausmal-/Wimmelbilder) | eine breite Öffentlichkeit, interessierte Bürger:innen, Fachpublikum, RentnerInnen, Junge Erwachsene, Kinder, Familien, Presse“
(P8 Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein)

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.7. Welche Objekte/Projekte sind bereits digital verfügbar/digitalisiert?

### B) Welche Objekte sind digitalisiert und nicht öffentlich zugänglich? [Was?/Zielgruppe?]

—

### C) Welche Apps verwenden Sie (Spiel, Guides o.a.) [Was?/Zielgruppe?]

„Wir haben einen eigenen Instagram-Account“
(P8 Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein)

### D) Weitere [Was?/Zielgruppe?]

„Webseite der drei Nationalparke/Weltnaturerbe | Interessierte, Familien, keine speziellen Altersklassen“
(P2. Ministerium für Energiewende…)

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

## 2.8. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für die Bildungs- und Vermittlungsarbeit der nächsten 2–5 Jahre? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

- „Erweiterung und Attraktivierung des Nationalpark-Zentrums Multimar Wattforum durch eine Otterausstellung mit lebenden Tieren - breite Öffentlichkeit“
- „Erweiterung des Schulungsangebotes für Multiplikatoren“
- „Themen der Nationalparkverwaltung: Themenjahr (breite Öffentlichkeit, Familien...), wechselt jährlich; Otter-Freigehege Multimar Wattforum (breite Öffentlichkeit, Familien, Urlauber:innen...), barrierefreie Angebote ausbauen“

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 2: BILDUNG UND VERMITTLUNGSARBEIT

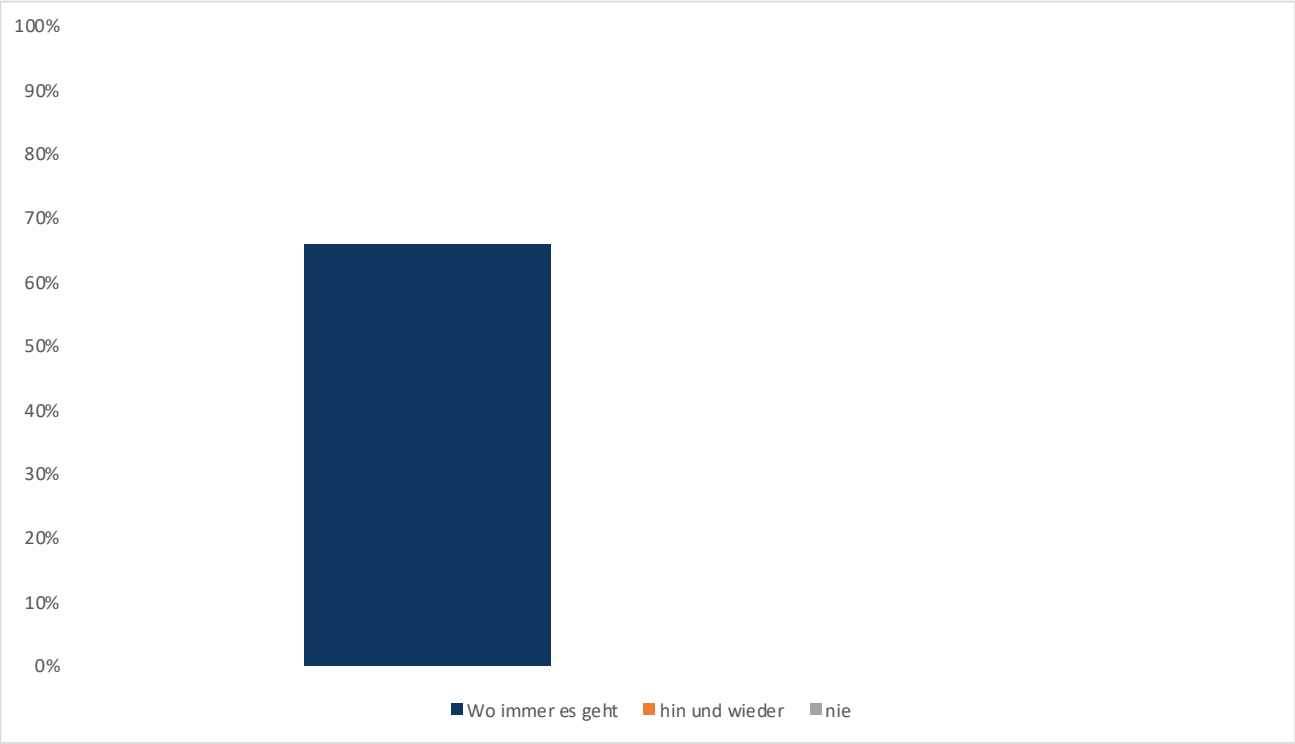
## 2.11. Welche Projekte/Themen würden Sie gerne stärker gewichten? Welche Zielgruppen werden damit angesprochen?

- „Nachhaltiger Tourismus“
- „Vogelzug“
- „Klimawandel“
- „Einwanderung Neobiota“

- „Internationale Zusammenarbeit: wattenmeerweite Projekte mit DK/NL“

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.1. Wie aktiv bewerben Sie die Auszeichnung UNESCO-Welterbe in Ihrer Öffentlichkeitsarbeit? Welche Objekte sind digitalisiert und nicht öffentlich zugänglich?



UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.2. Welche Pläne hat Ihre Einrichtung für Öffentlichkeitsarbeit in den nächsten 2 Jahren? Wen wollen Sie damit erreichen?

- „Projekte: jährlich wechselndes Nationalpark-Themenjahr mit entsprechenden Printmaterialien und Veranstaltungen, Kanäle: Webseiten, Printprodukte, Facebook, Instagram, Nationalpark-Nachrichten, Nationalpark-Partner-Newsletter, Presseinformationen, Anzeigen, Advertorials. Zielegruppen: Touristen, touristische Betriebe, Kommunen und interessierte Einheimische“
- „Jährliche Events wie Ringelganstage und Westküstenvogelkiek. Kanäle: Webseiten, Printprodukte, Facebook, Instagram, Nationalpark-Nachrichten, Nationalpark-Partner-Newsletter, Presseinformationen, Anzeigen, Advertorials. Zielgruppen: eine breite Öffentlichkeit, interessierte BürgerInnen, Fachpublikum, RentnerInnen, Junge Erwachsene, Kinder, Familien, Fremdsprachiges Publikum, Menschen mit Migrationshintergrund, Personen mit Beeinträchtigungen, Presse, Sonstige).“

- „Weiterhin Themenjahre zu bestimmten Themen anbieten, Nutzung von Instagram ausbauen“

- „Marketing für das Nationalpark-Zentrum Multimar Wattforum - Flyer, Website, Presse- und Medienarbeit, Out-of-Home, SocialMedia etc. - Breite Öffentlichkeit, RentnerInnen, Junge Erwachsene, Kinder, Familien, Personen mit Beeinträchtigungen, Presse“
- „Marketing für das Nationalpark-Partner-Programm - Flyer, Website, Presse- und Medienarbeit, SocialMedia - Breite Öffentlichkeit, RentnerInnen, Junge Erwachsene, Kinder, Familien, Personen mit Beeinträchtigungen, Presse“
- „Bundesweite Imagekampagne der deutschen Biosphärenreservate in 2022 - crossmediale Kampagne mit Kampagnenwebsite, Ideenwettbewerb „Bist Du auch verrückt auf Morgen“, Roadshow in Zentren und Städten, Zielgruppe: Breite Öffentlichkeit und Politik“

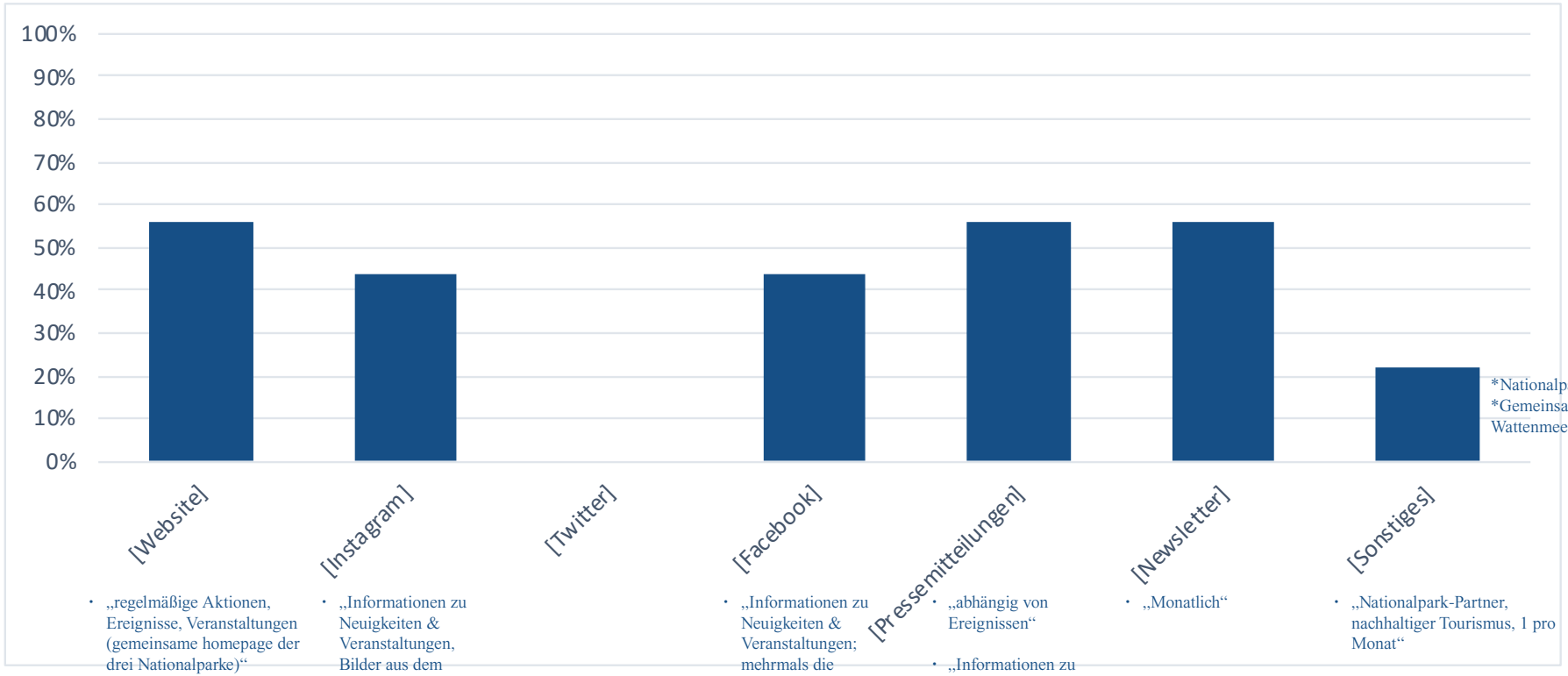
UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

## 3.3. Wie viele Personalkapazitäten haben Sie für die Öffentlichkeitsarbeit?

| | |
|---|---|
| 2,5 Stellen | *incl Marketing<br>Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein / Kommunikation und Nationalparkpartner |
| | *grundsätzlich über Nationalparkverwaltung, ergänzend MELUND (Pressestelle)<br>Ministerium für Energiewende, Landwirtschaft, Umwelt, Natur und Digitalisierung des Landes Schleswig-Holstein, Wasserwirtschaft, Meeres- und Küstenschutz; Bundesbeauftragter für den Wasserbau |
| 10 Stellen | Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein / Nationalparkverwaltung |
| 15 Stellen | *mind. 15 Personen (teilweise keine vollen Stellen) sind teilweise ausschließlich mit Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt<br>Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein / Kommunikation und Naionalparkpartner |

UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 3: ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

# 3.4. Welche digitalen Kanäle nutzen Sie bisher oder werden in absehbarer Zukunft regelmäßig bespielt?




- „regelmäßige Aktionen, Ereignisse, Veranstaltungen (gemeinsame homepage der drei Nationalparke)“
- „Information über den Lebensraum Wattenmeer, den Schutz/Schutzstatus, das Management/Arbeit der Verwaltung, Forschungsprojekte, Veranstaltungen; News-Items mehrmals im Monat“

- „Informationen zu Neuigkeiten & Veranstaltungen, Bilder aus dem Wattenmeer; mehrmals die Woche“

- „Informationen zu Neuigkeiten & Veranstaltungen; mehrmals die Woche“

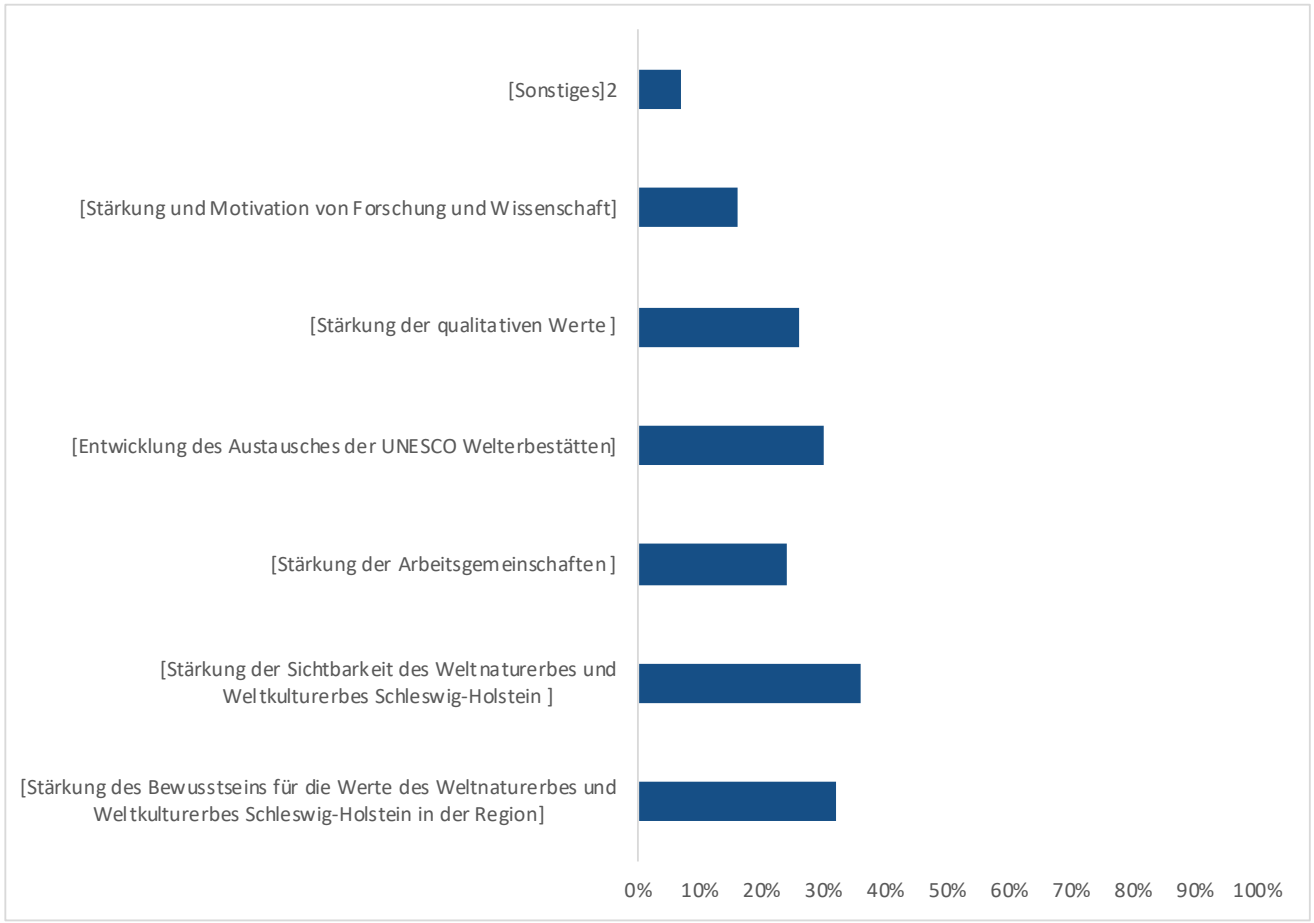
- „abhängig von Ereignissen“
- „Informationen zu Neuigkeiten & Veranstaltungen“

- „Monatlich“

- „Nationalpark-Partner, nachhaltiger Tourismus, 1 pro Monat“
- „Webseite, Instagram, Twitter, Facebook des Gemeinsamen Wattenmeersekretariats (Informationen auf DE, DK, NL & ENG); posten mehrmals im Monat; und: Newsletter (mehrmals im Jahr); und: Annual Report (einmal im Jahr)“

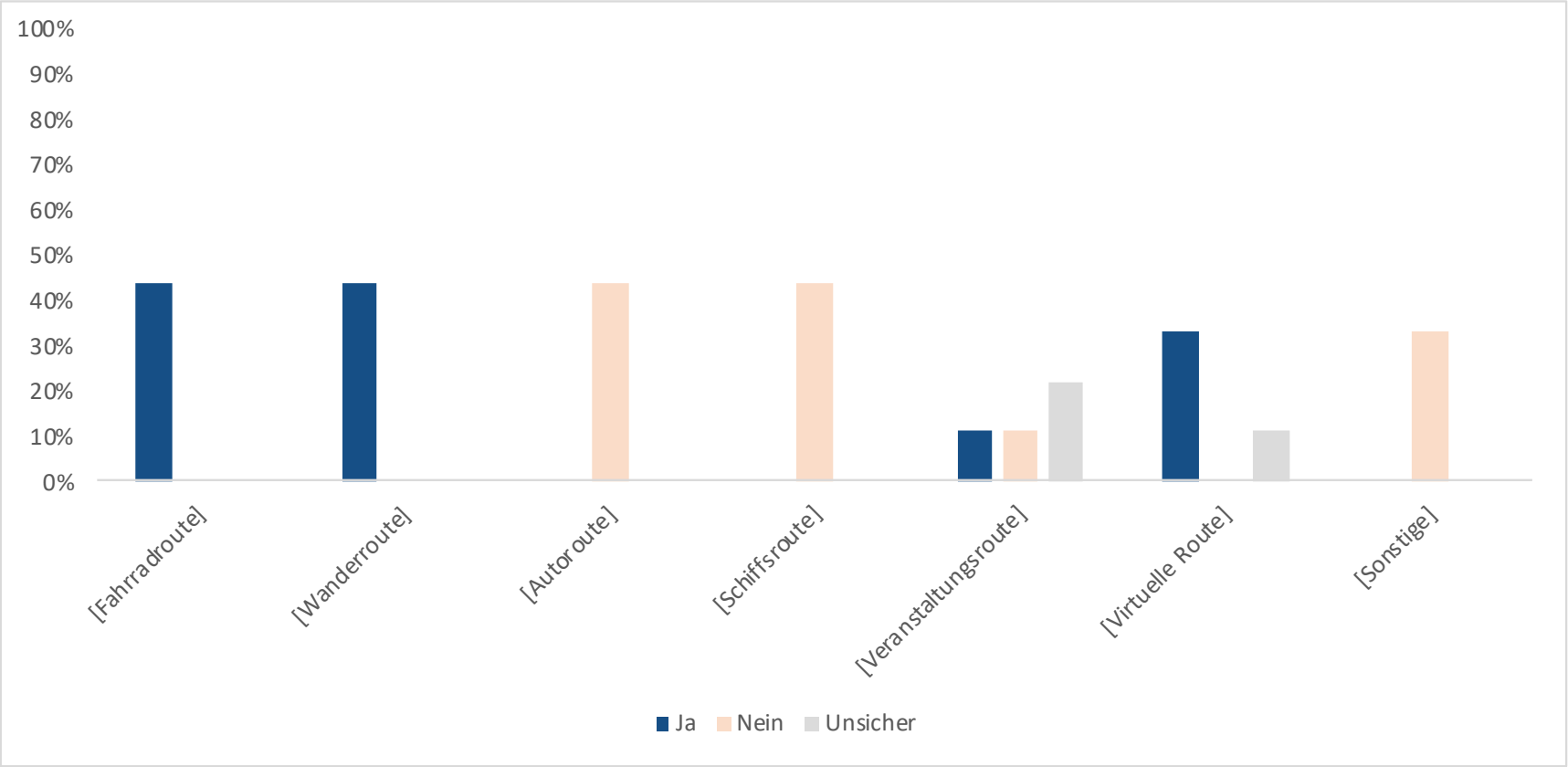
# UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
# TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.1. Wie schätzen Sie den Nutzen in einem Verbund der Welterbestätten ein?



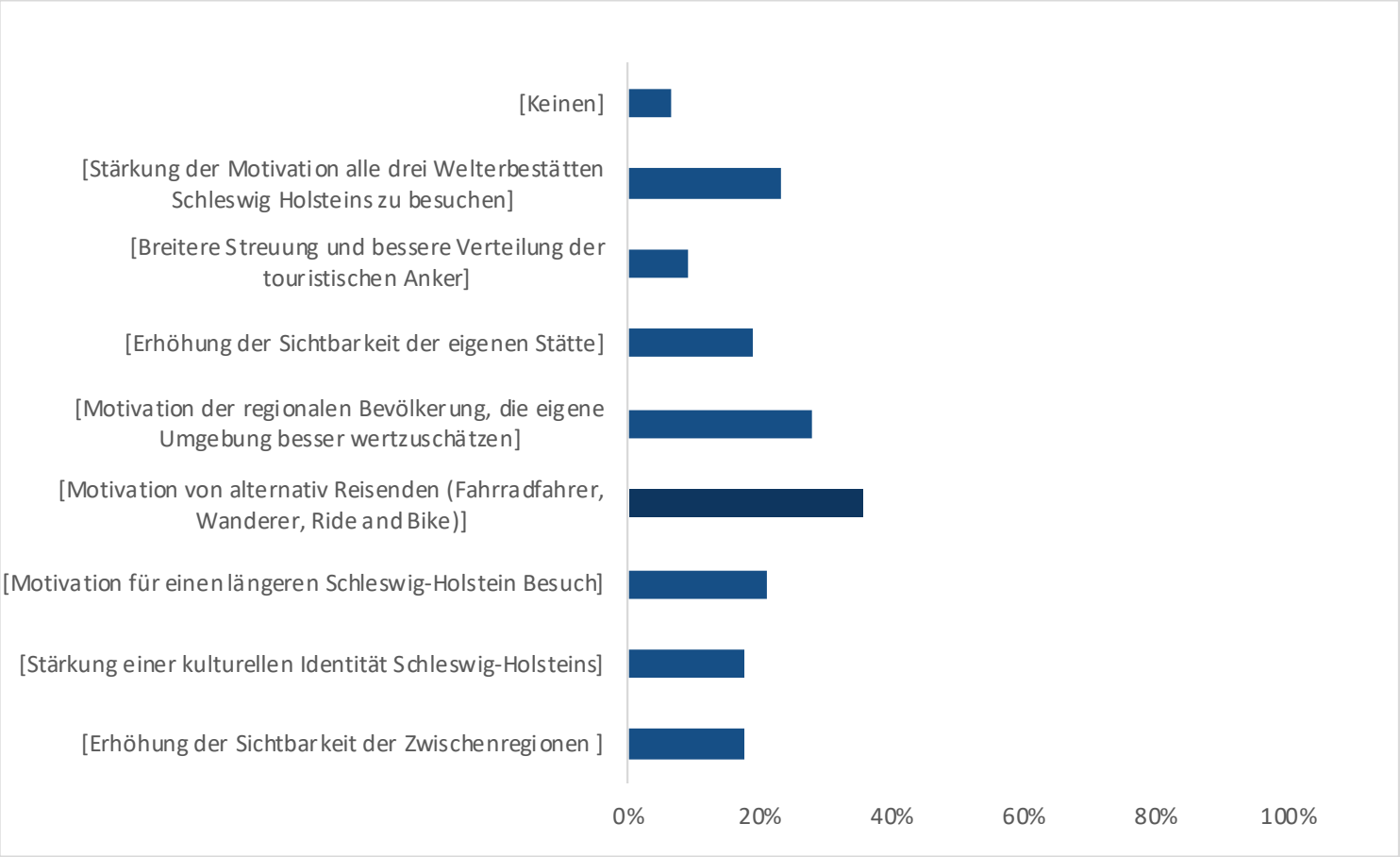
UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.2. Welche Art von Routen zwischen den Welterbestätten Schleswig-Holsteins wünschen Sie sich?



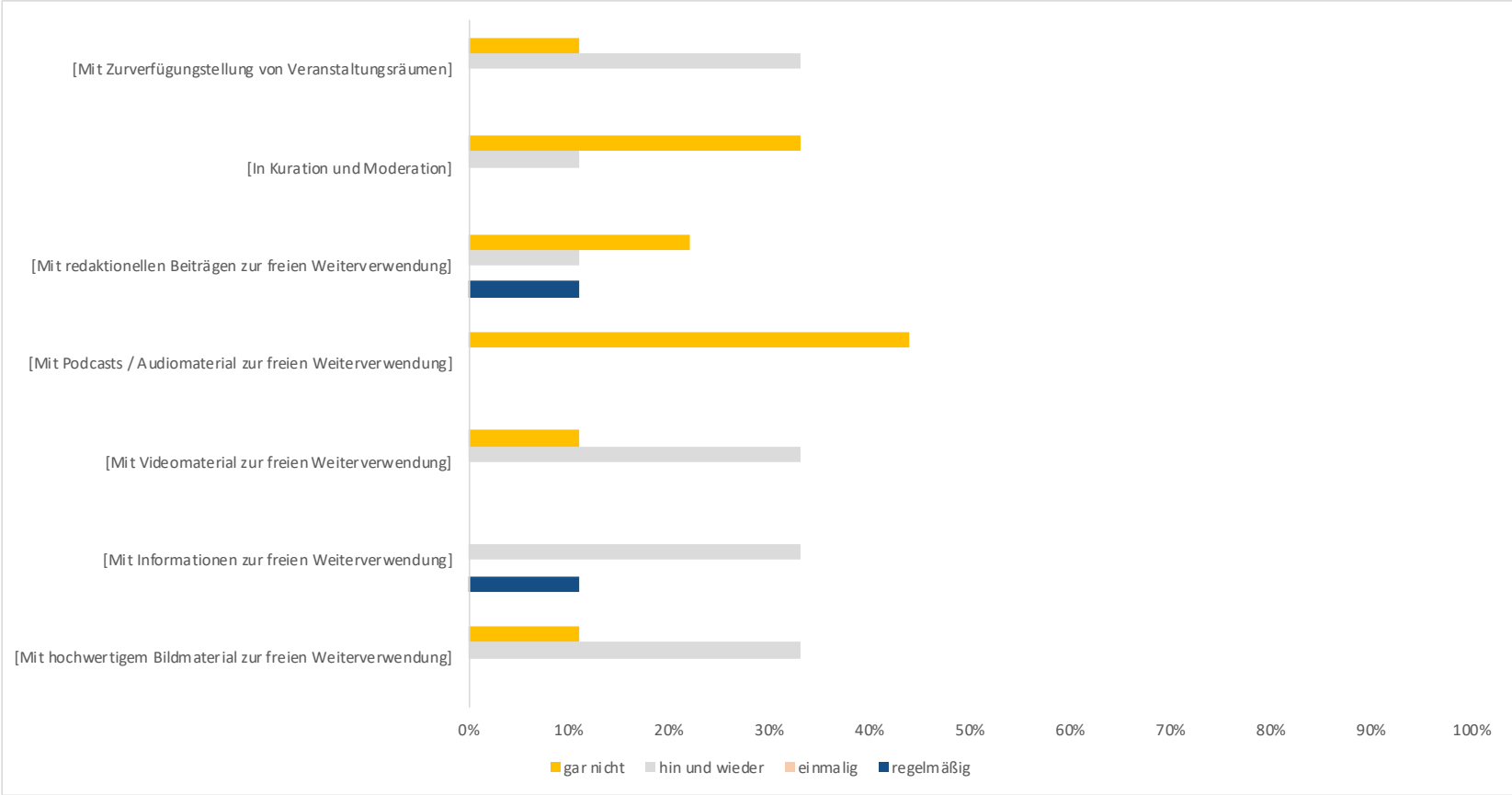
UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.3. Welchen Nutzten sehen Sie in der Entwicklung einer Route zwischen den Welterbestätten?



UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.4. Wie könnten Sie mögliche neue Formate in einem Netzwerkverbund unterstützen?



UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
TEIL 4: NETZWERKSTRATEGIE SCHLESWIG-HOLSTEIN

## 4.5. Haben Sie konkrete Ideen oder Vorschläge für ein Netzwerkformat?

- „Eine informative und attraktiv gestaltete Powerpoint-Präsentation zu den 3 SH Welterbestätten für Schulungszwecke in 3 Versionen für verschiedene Zielgruppen (Sekundarstufe 1, Sekundarstufe 2 , Nationalpark-Partner)“

- „Ausarbeitung von Informationsmaterial, das bei Schulungen genutzt werden könnte“

- „Fahrradroute?“
- „Das Wattenmeer als einmalige Weltnaturerbe zu schützen & zu erhalten!“

## UMFRAGEAUSWERTUNG WATTENMEER
## TEIL 5: ZUKUNFTSPERSPEKTIVEN UND -WÜNSCHE

Als Biosphärenreservat ist das Schleswig-Holsteinische Wattenmeer auch Modellregion für die nachhaltige Entwicklung von Mensch und Natur und damit die Chance die Werte des Nationalparkstatus und des Weltnaturerbe besonders hervorzuheben. Was würden Sie “der Welt“ in Ihrer Rolle als Modellregion gerne mitteilen?

- „Ein wichtiger Teil des Biosphärenreservates befindet sich außerhalb des Nationalparks und Welnaturerbes Wattenmeer: Die Entwicklungszone. Die Kriterien, Inhalte, Ziele und Schutzbestimmungen des Biosphärenreservates und insbesondere der Entwicklungszone (Lebens-, Wirtschafts- und Erholungsraum) unterscheiden sich von den Kriterien, Inhalten, Zielen und Schutzbestimmungen des Nationalparks und Weltnaturerbes. In der Entwicklungszone des UNESCO-Biosphärenreservats steht der Mensch im Mittelpunkt. Im Weltnaturerbe steht die Natur im Mittelpunkt. Eine inhaltliche Vermischung wäre insofern nicht zielführend.“

- „Miteinander für den Erhalt einer einmaligen Naturlandschaft, Sich einbringen, umgeben Sein von etwas Besonderen, das auch eine globale Dimension hat und für die Menschen vor Ort Auszeichnung und Ansporn zum Bewahren dieser Einmaligkeit ist.“

- „Die Bedeutung des Wattenmeeres im internationalen Kontext stärken (zB als Teil des Ostatlantischen Vogelzugweges)“

Netzwerkstrategie Weltnatur- und Weltkulturerbe Schleswig-Holstein

Panatom

TEAM PANATOM

Juliane Froböse, Geschäftsführerin
jf@panatom.de

Kristina Worthmann, Projektleiterin
kw@panatom.de

Philipp Hartung, Projektleiter
ph@panatom.de

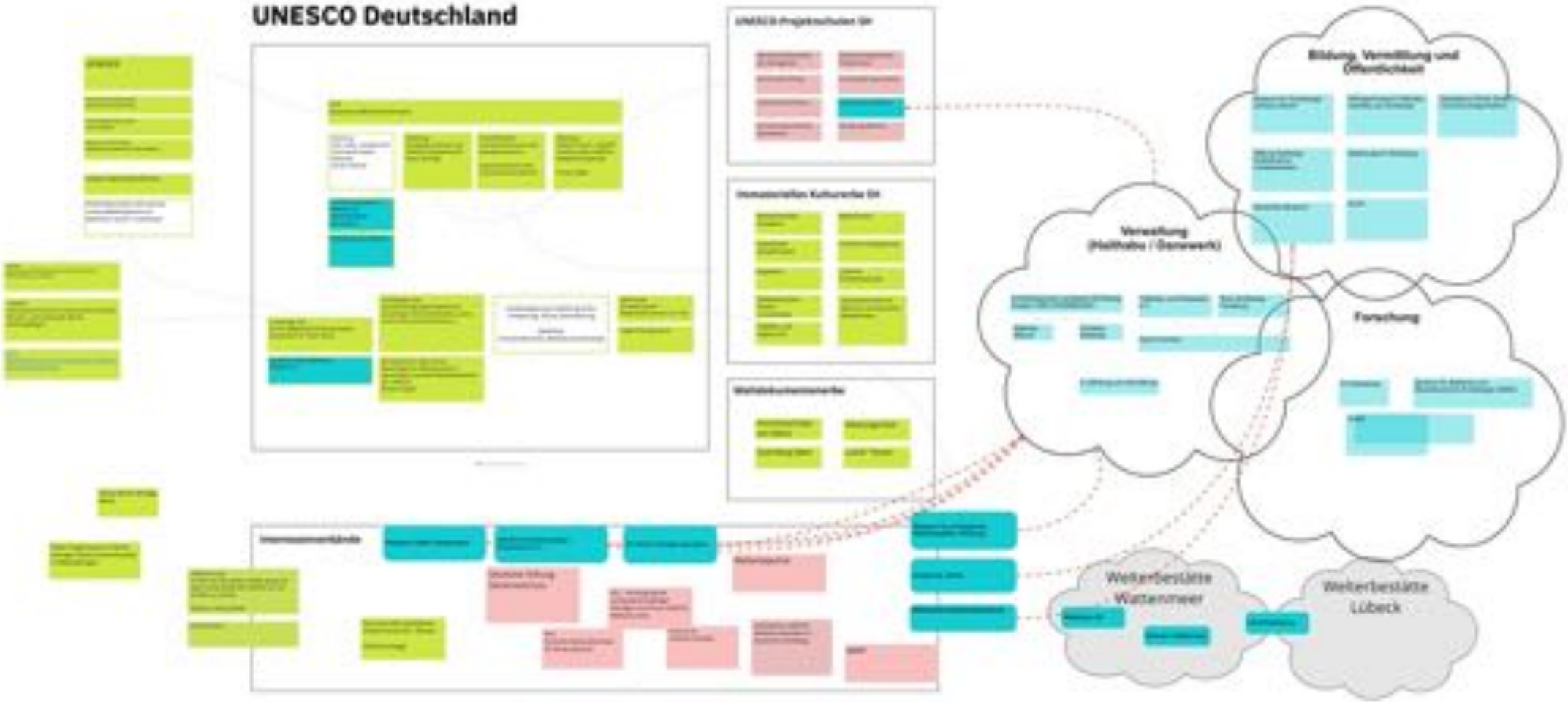
Elke Doppelbauer, Projektassistenz
ed@panatom.de

Telefon: 030 6120 35 11

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 F +49 30 6120 3510
HELLO@PANATOM.DE WWW.PANATOM.DE

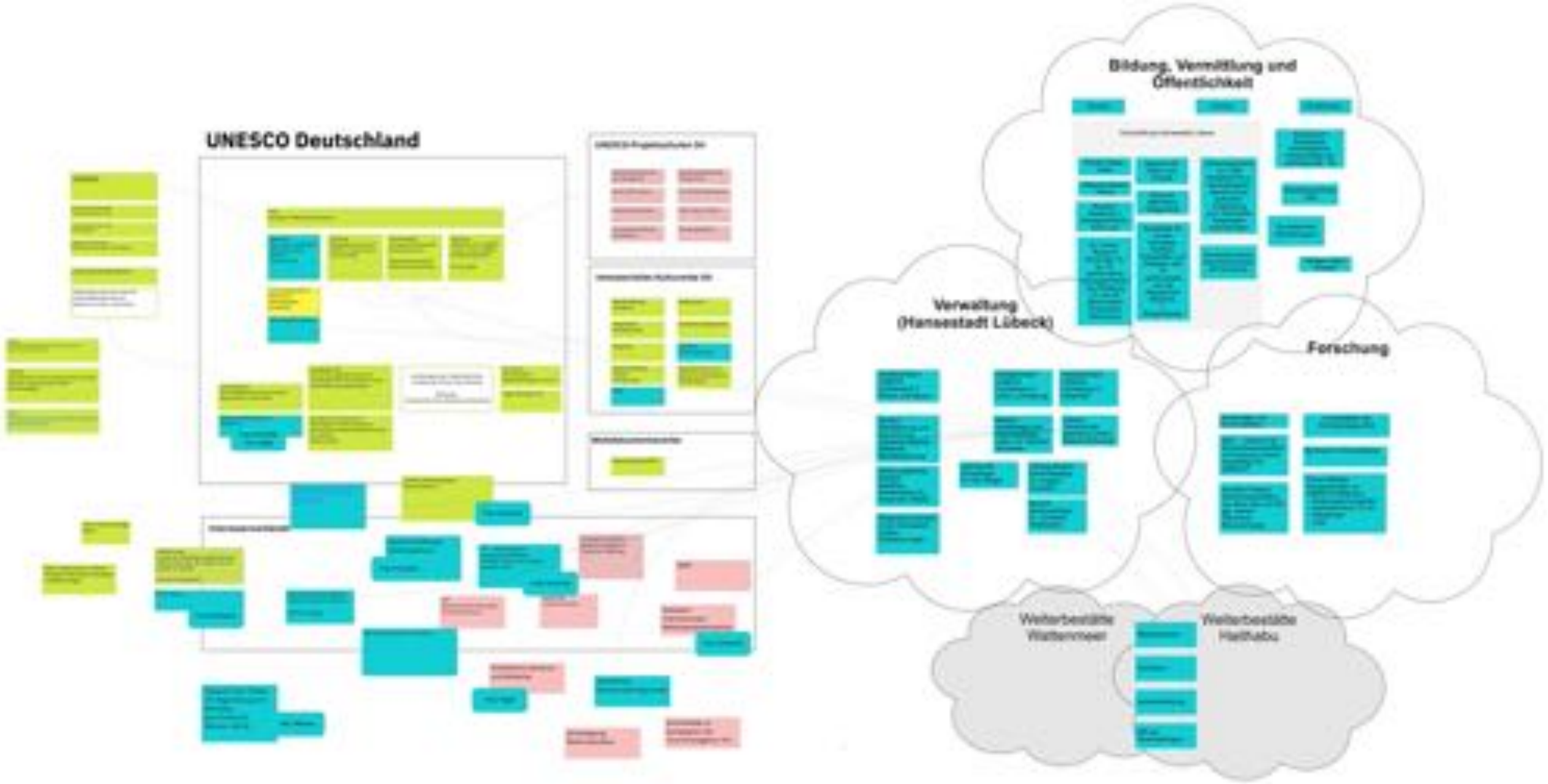
**Anlage 07**
**Akteursgefüge der Welterbestätten im Überblick**

- **Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Danewerk und Haithabu**
- **Weltkulturerbe Hansestadt Lübeck**
- **Weltnaturerbe Wattenmeer Schleswig-Holstein**


UNESCO Deutschland
Bildung, Vermittlung und Öffentlichkeit
Verwaltung
(Haithabu / Danewerk)
Forschung
Welterbestätte Wattenmeer
Welterbestätte Lübeck

UNESCO Deutschland

Bildung, Vermittlung und Öffentlichkeit
Vernetzung
(Weltorbestätten)
Forschung
aktive Verbände
Welterbestätte
Lübeck
Welterbestätte
Hildesheim


UNESCO Deutschland
Bildung, Vermittlung und Öffentlichkeit
Verwaltung (Hansestadt Lübeck)
Forschung
Weiterbestätte Wattenmeer
Weiterbestätte Hallstatt

Panatom

# Anlage 08
# Finanzplan

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

# Finanzplan

| Kostenstelle | Beschreibung | Umfang | Kosten in € / Jahr |
|---|---|---|---|
| **01. Personalkosten**<br>Koordinationsstelle zur Entwicklungsberatung und Schnittstellen-management | **A Projektleitung**<br><br>Organisation und Begleitung der Zusammenarbeit der Stätten<br>Weiterführende Recherchen Fachleute, Netzwerkerweiterung<br>Koordination der Auftritte und Kampagnen<br>Einwerbung von Mitteln für umfangreiche Projekte | 16 Stunden / Woche | **22.400,00** € |
| | **B Personalaufstockung**<br><br>innerhalb der Welterbestätten für spezifische Aufgabe der Netzwerkbildung Welterbe SH | 8 Stunden / Woche<br>je Stätte | 11.200,00 x 3<br>**33.600,00 €** |
| **02. Sach- und Projektmittel**<br>laufend für interne Fachberatung, Coachings, Fachveranstaltungen | Z.B. Fördermittelcoachings<br>Wissenschaftsberatung | 1–2 Mal / Jahr | **10.000,00 €** |
| **03. Sach- und Projektmittel**<br>gemeinsame Kommunikations- und Bildungsformate | Gemeinsames Programm<br>z.B. zum Welterbetag, mediale Auftritte | 1–3 Mal / Jahr | **28.000,00 €** |
| **Gesamt 1 Jahr** | | | **94.000,00 €** |
| | | | |
| **Gesamt 3 Jahre** | | | **282.000,00 €** |
| **Gesamt 5 Jahre** | | | **470.000,00 €** |

# Prüfung der Vernetzungspotenziale Weltkultur- und Weltnaturerbe Schleswig-Holstein

für das Ministerium für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein (Kurzfassung)

## 1. Auftragszusammenfassung

Der Auftrag des Ministeriums für Allgemeine und Berufliche Bildung, Wissenschaft, Forschung und Kultur des Landes Schleswig-Holstein aus dem Jahr 2021 (im Folgenden: MBWFK abgekürzt) formuliert das Ziel eines identitätsstiftenden Netzwerkes des Kultur- und Naturerbes in Schleswig-Holstein insbesondere zum Zweck der Bildung und Vermittlung zu prüfen und erste Ansätze zu entwickeln. Die Motivation und Intension für das Netzwerk vonseiten der Vertretenden der drei Welterbestätten, die sich zunächst in einem ersten Arbeitstreffen zusammengefunden hatten und die die Impulse für die Leistungsbeschreibung gaben, wurden unterstrichen. Die Richtung, ein Format oder konkrete Zielstellungen für das Netzwerk waren mit Ausnahme der Prüfung einer Welterberoute offen. Die Besonderheiten und Unterschiede der Welterbestätten sollten dabei in der Konzeption berücksichtigt werden.

## 2. Herangehensweise

Mit Blick auf die Bedarfe der schleswig-holsteinischen UNESCO-Welterbestätten bzw. auf die dazugehörigen Einrichtungen wurden zunächst bestehende inhaltliche Schnittmengen in den Welterbestätten ausgemacht, die vor allem in der Auszeichnung als UNESCO-Welterbestätte und den damit zusammenhängenden Managementplänen der Stätten liegt. Die Auslegung der Managementpläne in der Praxis wurde anhand von Veröffentlichungen, einer Umfrage, bilateralen Gesprächen und in den Workshops mit den Vertreterinnen und Vertretern des Welterbes evaluiert und gemeinsam bewertet. Aus den Ergebnissen wurden Vernetzungspotenziale abgeleitet, die die Grundlage der Konzeption der Netzwerkformate darstellten.

## 3. Akteurinnen und Akteure

Die Zusammenarbeit mit den Vertreterinnen und Vertretern der Welterbestätten und dem MBWFK wurde schrittweise aufgebaut. Pandemiebedingt war die Kommunikation mit allen Akteurinnen und Akteuren auf Telefonate und Videokonferenzen verlegt worden. In die Netzwerkbildung wurden die Welterbestätten mit den Vertreterinnen und Vertretern folgender Institutionen eingebunden:



PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Weltnaturerbe Wattenmeer:

- Landesbetrieb für Küstenschutz, Nationalpark und Meeresschutz Schleswig-Holstein (LKN) Nationalparkverwaltung:
  - Fachbereich Kommunikation und Nationalpark-Partner, Tourismus Welterbe
  - Fachbereich Bildung
- WWF Deutschland Wattenmeerbüro
- Nordsee-Tourismus-Service GmbH
- Fachhochschule Westküste
- Ministerium für Energiewende, Klimaschutz, Umwelt und Natur des Landes Schleswig-Holstein / Referat Meeresschutz, Nationalpark

Weltkulturerbe Archäologischer Grenzkomplex Danewerk und Haithabu:

- Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein (Welterbebüro)
- Kreis Schleswig-Flensburg e.V. (Projektmanagement Welterbe Haithabu und Danewerk)
- Haithabu und Danewerk e.V.
- Ostseefjord Schlei GmbH (Lokale Tourismus Organisation)
- Danevirke Museum
- Stadtmuseum Schleswig
- Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen Schloss Gottorf:
  - Wikinger Museum Haithabu
  - Bildungskoordinatorinnen

Weltkulturerbe Altstadt Lübeck:

- Hansestadt Lübeck:
  - Fachbereich Stadtplanung und Bauordnung (Welterbekoordinatorin)
  - Fachbereich Archäologie und Denkmalpflege
- Lübeck Travemünde Marketing GmbH (Lokale Tourismus Organisation)

Für das Immaterielle Kulturerbe und das UNESCO-Weltdokumentenerbe stehen unterschiedlichste Träger. Hier wurden vorerst keine Personen mit einbezogen, um den Prozess nicht zu überfordern. Eine mögliche Einbindung wurde bei der Konzeption mitgedacht.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

## 4. Prozesse und Arbeitsergebnisse

### 4.1. Vorgespräche: Einzelgespräche mit Vertreterinnen und Vertretern der drei Welterbestätten

Da die Vertreterinnen und Vertreter der UNESCO-Welterbestätten in unterschiedlichen Fachbereichen und zum Teil sogar in unterschiedlichen Institutionen angesiedelt sind, wurden zunächst bilaterale Gespräche geführt.

### 4.2. Umfrage: Digitale Umfrage für drei Welterbestätten

In den Umfragen wurde nach dem Selbstverständnis als Welterbestätte, nach Bedarfen und Ressourcen in der Bildungs-, Vermittlungsarbeit und Öffentlichkeitsarbeit gefragt. Die Umfragen wurden pro Stätte ausgewertet und die Ergebnisse an alle Befragten zurückgeschickt. Im Anschluss wurden im Zeitraum Januar bis Mai 2022 drei Workshops durchgeführt:

### 4.3. Workshop I:

Der erste digitale Workshop wurde pro Welterbestätte durchgeführt. Zu den Teilnehmerinnen und Teilnehmern der drei Workshops gehörte der breite Akteurskreis der Welterbestätten (siehe u.a. Seite 2). Aktuelle Diskurse und Tendenzen der UNESCO und der Deutschen UNSECO-Kommission e.V. wurden als Impulse eingebunden und die bestehenden Netzwerkstrukturen innerhalb der Welterbestätten zusammengetragen und evaluiert.

Im letzten Teil des Workshops wurden Netzwerkziele und -potenziale und mögliche Formate formuliert und diskutiert. Übergreifend zeigte sich die Tendenz, dass vor allem ein Bedarf für mehr qualitativen Wissenstransfer in die breite Öffentlichkeit sowie für mehr Sichtbarkeit und Reichweite in der Öffentlichkeit geäußert wurde. Dazu konnten zum Teil sehr konkrete Vorstellungen formuliert und gemeinsame Potenziale manifestiert werden.

Zusammenfassende Vernetzungspotenziale:

Wissenstransfer in eine breite Öffentlichkeit digital/analog/vor Ort:

- Qualitative Aufarbeitung von Welterbewissen und dabei auch Dimension des UNESCO-Welterbes bzw. dessen Wertekanon vermitteln (Global Strategy/ Sustainability/ Sustainablity Development Goals)
- Einbindung des Wissens zum Immateriellen Kulturerbe und Weltdokumentenerbe
- Entwicklung gemeinsamer Öffentlichkeitsformate und Auftritte zur Schaffung neuer Reichweite und Sichtbarkeit (Kampagnen, Messestände, interaktive Kommunikationsformate)
- Stärkung der Zusammenarbeit mit lokalen Partnerinnen und Partnern


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

- konkrete pädagogische Formate für Schulen
- stärkere Ansprache von jungen Erwachsenen und Menschen mit Migrationshintergrund

Wissenstransfer und Arbeitshilfe innerhalb des Netzwerkes

- Erfahrungsaustausch und gemeinsame Fortbildung
- neues Themengebiet gemeinsam erarbeiten, um entsprechend Aufmerksamkeit für die Umsetzungsmaßnahmen (Managementplan) zu generieren
- Wissenschaft und Forschung stärker gewichten
- Ressourcen-Sharing

Stärkung stehender Netzwerke

- gestärkte Vertreterschaft für drei Stätten
- Sichtbarkeit in politischen Gremien
- Förderung & Finanzierung auf Landesebene
- Identität in Schleswig-Holstein stärken
- Potenziale der Tourismusagentur Schleswig-Holstein (TASH) stärker nutzen (im Sinne nachhaltiger Strategien)

**4.4. Evaluation, Bewertung und Vorkonzeption der Netzwerkstrategie**

Anhand der Rechercheergebnisse, der Erfahrungen mit den Vertreterinnen und Vertretern, der zusammengetragenen Bedarfe und Vernetzungspotenziale wurden erste Möglichkeiten für konkrete Formate skizziert und dem MBWK vorgestellt. Flankierend zu allen Konzeptionen wurde der bundesweite Co-Working-Space der Welterbestätten, das sog. Welterbeportal der Deutschen UNESCO-Kommission e.V., als Arbeits- und Kommunikationsort mitgedacht, um keine Parallelstrukturen zu schaffen.

Skizze Netzwerkformat 1.1:

Projekt „Das Welterbe der Schleswig-Holsteinerinnen und Schleswig-Holsteiner“: Dialog zwischen dem Welterbe und der Bevölkerung entwickeln: „Und was hat das mit mir zu tun?“ Narrative und aktuelle Bezüge zum Welterbe Schleswig-Holstein über Personen um das Welterbe und Menschen aus Schleswig-Holstein aufzeigen und in einer Publikation (analog oder digital) aufbereiten.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Skizze Netzwerkformat 1.2:
Digitales Informationszentrum UNESCO-Welterbe in Schleswig-Holstein als Anlaufstelle für Besucherinnen und Besucher (Was ist das Welterbe? Wo erfahre ich was über das Welterbe? Was macht die UNESCO, Zusammenhänge zwischen Einrichtungen aufzeigen usw.)

Skizze Netzwerkformat 1.3:
UNESCO-Welterbe in Schleswig-Holstein im Umgang mit dem Klimawandel als Modellprojekt für ein aktuelles UNESCO-Welterbe-Schwerpunktthema: Projektbasierte Zusammenarbeit, Akteure sichtbar machen, Wissen sammeln in Bildungsprojekten und auf einer Wissensplattform ausspielen

Die Skizze des Netzwerkformats 1.3 wurde zu einem Lösungsvorschlag ausgearbeitet, der einen größeren Spielraum bei der thematischen Ausrichtung und der Einbeziehung verschiedener Bildungsakteurinnen vorsah.

Skizze Netzwerkformat 2.1:
Digitales Bildungsportal als interaktives Vernetzungstool, in dem über welterbespezifische Themen die heterogenen Einrichtungen mit diversen Bildungsakteurinnen und -akteuren (Natur- und Kultureinrichtungen, Museen, Schulen, Universitäten, Fachhochschulen und jungen Menschen) rund um die UNESCO-Welterbestätten in Schleswig-Holstein zusammenfinden.

Der letzte Lösungsvorschlag, Skizze 2.1, wurde zu einer Präsentation mit Wireframes zur Website ausgearbeitet, das heißt, der Aufbau und die Inhalte wichtiger Webseiten der Plattform wurden prototypisch visualisiert. Weithin wurden mögliche Arbeitsprozesse und Workflows im Portal und die möglichen Funktionen erläutert.

Die Plattform sollte einerseits die Arbeit um konkrete Bildungsprojekte mit verschiedenen Akteurinnen und Akteuren in ganz Schleswig-Holstein vereinfachen und bündeln, aber auch agil neue Netzwerkpartnerinnen und -partner aus Forschung und pädagogischen Einrichtungen einbinden – von den Lehrenden bis zur Schülerschaft.

Neben der besseren Sichtbarkeit der vielen Institutionen um das Welterbe und einer stärkeren Identifikation aller, die mehr indirekt Teil des Welterbes sind, wie zum Beispiel die Museen, sollten über die Plattform vor allem Synergien in der Bildungs- und Vermittlungsarbeit erkennbar und die zukünftige Zusammenarbeit motiviert werden.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

### 4.5. Workshop II: Vorstellung und Feedbackschleife Netzwerkstrategie mit allen drei Welterbestätten gemeinsam

In einem gemeinsamen digitalen Meeting am 29.03.2022 wurde das Konzept des Bildungsportales den Vertreterinnen und Vertreter der Welterbestätten vorgestellt und diskutiert. Während des Workshops gab es vonseiten der Mehrheit der Vertreterinnen und Vertretern verschiedene Anregungen für die weitere Ausarbeitung, es wurde aber letztlich nicht befürwortet, da sie keine personellen Kapazitäten für die Umsetzung sahen.

### 4.6. Zusatz-Workshop III:

Der Wunsch der Welterbestätten noch stärker an der Gestaltung der Netzwerkarbeit mitwirken zu können und sich besser kennenlernen zu können, um die Bedarfe besser selbst bewerten zu können, mündete in einen zusätzlichen Workshop am 31.05.2022 in Lübeck. Während dieses ersten persönlichen Treffens vor Ort wurden in der Diskussion gemeinsame Ansätze für alle Teilnehmenden besser sichtbar.
Im Workshop sprachen sich die Welterbestätten für die Entwicklung eines Formates zur gemeinsamen Sichtbarkeit aus, welches einen kampagnenartigen Charakter hat und stärkend für die eigene Öffentlichkeitsarbeit verwertet werden kann; sei es durch gemeinsame Öffentlichkeits-kampagnen wie einen Erklärfilm zu Welterbestätten für Schulen, digitale Netzwerke und Plattformen, gemeinsame Podcasts, ein digitales Welterbe-Quiz und interaktive digitale Formate. Außerdem wurden gemeinsame Aktionen, Vor-Ort-Auftritte auf Veranstaltungen zum Welterbetag, zum Tag der Deutschen Einheit oder bei wichtigen Schleswig-Holstein Events als passende Basis ausgemacht.

## 5. Ergebnisse

Die im Rahmen der Kommunikation um dieses Projekt erfolgte Zusammenarbeit hat eine sichtbare Annäherung der Stätten erreicht und in dem Gefüge der unterschiedlichen Akteurinnen und Akteure der Welterbestätten gemeinsame Potenziale für alle sichtbar werden lassen.
Deutlich wurde, dass die Zusammenarbeit inhaltlich stärker von den Einrichtungen selbst ausgestaltet werden möchte. Dazu wurde vorgeschlagen, sich vorerst 1–2 Mal jährlich zu treffen und außerdem gemeinsam auch in der Öffentlichkeit aufzutreten. Die Entwicklung eines Formates zur gemeinsamen Sichtbarkeit, welches einen kampagnenartigen Charakter hat und stärkend für die eigene Öffentlichkeitsarbeit verwertet werden kann, sehen alle Welterbestätten als guten Weg an.
Die bereits einmal vom Institut für Qualitätsentwicklung an Schulen Schleswig-Holstein (IQSH) durchgeführte gemeinsame Fortbildung für Lehrerinnen und Lehrer haben die Welterbestätten-Vertretenden als positiv und erfolgreich bewertet und für eine Fortführung plädiert.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

**6. Prüfung Welterberoute**

Eine Welterbe-Route war vonseiten der Vertreterinnen und Vertretern der Welterbestätten mit Blick auf den zusätzlichen Tourismus einheitlich kritisch bewertet worden. Insbesondere die Anziehung weiterer touristischer Gäste wurde dabei als negativ aufgefasst, da in Lübeck als auch im Wattenmeer der Tourismus bereits jetzt überhandnimmt. Eine touristische Überbelastung stellt immer mehr eine Gefahr für die Integrität des Welterbes da und bedroht im schlimmsten Fall die Auszeichnung „UNESCO-Welterbe". So sieht sich die UNESCO bzw. die Deutsche UNESCO Kommission e.V. zunehmend mit Fragen des Massentourismus an ausgezeichneten Stätten konfrontiert. Umwelt-, Naturschutz und Sustainability Development Goals sind Teil des UNESCO-Wertekanons und sind wenig vereinbar mit einer tourismus-motivierenden Route.
Nach umfassenden Recherchen zeigte sich außerdem, dass bereits jetzt ein überaus vielseitiges Angebot von Routen für unterschiedlichste Zielgruppen (kulturell Interessierte, Rad- und Wanderrouten, Welterberouten usw.) existiert, die auch und explizit die Welterbestätten in Schleswig-Holstein bewerben, sodass wir davon abraten, eine Vernetzung des Natur- und Kulturerbes Schleswig-Holstein über eine weitere Welterberoute weiterzuentwickeln – zumal die Interessengebiete „Kultur" und „Natur" über die großen Distanzen und die öffentlichen Verkehrsverbindungen nicht besonders ansprechend für Urlauberinnen und Urlauber sind.

**7. Fazit**

Die primäre Schnittstelle zwischen den zu vernetzenden Kultur- und Natureinrichtungen liegt in der Auszeichnung UNESCO-Welterbe bzw. in den damit zusammenhängenden Werten und Verpflichtungen der Welterbegemeinschaft. Die UNESCO konstituiert sich aus der Gemeinschaft und dem Netzwerk der Mitgliedstaaten. So steht auch eine Welterbestätte nicht für sich allein und die Sichtbarmachung der Zusammenhänge und Kooperationen sind (über Schleswig-Holstein hinaus) auch aus der Perspektive der UNESCO oder der Deutschen UNESCO-Kommission e.V. förderungswürdig.
Im Rahmen eines „UNESCO-Wertekanons" birgt die Vernetzung des ausgezeichneten Natur- und Kulturerbes in Schleswig-Holstein großes Potenzial für eine qualitative gemeinsame Außenkommunikation, Bildungs- und Vermittlungsarbeit.

Potenziale

- Stärkung der Identität der Einrichtungen als UNESCO-Erbe von innen
- Ausbau und Nutzung der Potenziale des UNESCO-Welterbe-Status: internationales breites Netzwerk von Welterbestätten und UNESCO-Einrichtungen, hohe Anerkennung, hohe Auflagen, starker „Vorbildcharakter"


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

- Wertekanon und das übergreifende Welterbeprogramm der UNESCO hinter den
- Welterbestätten Außenstehenden besser verständlich werden lassen
- Verständnis für die Vielseitigkeit und Zusammenhänge von UNESCO-Erbe zu stärken (Weltnaturerbe, Weltkulturerbe, Immaterielles Kulturerbe, Weltdokumentenerbe)
- Ressourcensparend und qualifizierend an aktuellen Themen arbeiten

Mehrwerte:

- Erhöhte Sichtbarkeit und Relevanz von Welterbe und UNESCO-Wertekanon
- Differenzierteres Bild vom UNESCO-Welterbe kommunizieren; Welterbe Wertekanon vermitteln (mehr als ein Tourismuslabel)
- Kultur- und Naturerbe in Schnittmengenthemen zusammenführen
- Erhöhung der Reichweite außerhalb der eigenen Region
- Interessen der Welterbeeinrichtungen können in der Öffentlichkeit und von der Politik besser wahrgenommen und vertreten werden
- Eigene Handlungsspielräume erweitern
- Neue welterbespezifische Vermittlungs- und Bildungsformate

Herausforderungen:

Insgesamt sind die Verantwortlichkeiten für das Welterbe auf viele sehr heterogene Einrichtungen mit unterschiedlichen Arbeitsschwerpunkten verteilt (Siehe u.a. Seite 2). Dies erschwert die Fokussierung auf den eigentlichen verbindenden Schwerpunkt „Welterbe“ und das Erkennen der gemeinsamen Potenziale und Mehrwerte.

Da die Personallage in allen drei Welterbstätten für weitere welterbespezifische, gemeinsame Aufgaben im Bereich der Öffentlichkeits-, Bildungs- und Vermittlungsarbeit zu knapp bemessen ist, können neue Herausforderungen aktuell von keiner der drei Stätten geleistet werden. Für die welterbespezifische Netzwerkbildung wäre intern eine Personalaufstockung (3 x 8 Stunden/Wochen) innerhalb der Welterbestätten sicherzustellen.

Um das Selbstbewusstsein für das UNESCO-Welterbe aus den Einrichtungen heraus zu befördern und auch das Immaterielle Kulturerbe und das Weltdokumentenerbe insgesamt in Schleswig-Holstein stärker ins Bewusstsein zu rücken und sichtbar werden zu lassen, empfehlen wir neben regelmäßigen Treffen und gemeinsamen Kampagnen, die Einrichtungen bei der Realisierung von gemeinsamen Aktivitäten zusätzlich mit einer zentralen projektleitenden Schnittstelle (16 Stunden/Woche) und budgetär substanziell über einen längeren Zeitraum von mindestens drei bzw. fünf Jahren zu unterstützten. Die Qualität der Netzwerkarbeit und die Ergebnisse sollten regelmäßig weiterentwickelt werden und von einem unabhängigen und externen Gremium evaluiert werden.


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

Hat sich die Netzwerkarbeit nach drei Jahren Pilotphase etabliert und das Netzwerk gemeinsame Formate erfolgreich realisiert, sollte die Arbeit mindestens zwei weitere Jahre unterstützt werden.[1]

Formatempfehlung:

Unseren Erkenntnissen zufolge könnte die von den Welterbestätten vorgeschlagene gemeinsame Erarbeitung eines Formates mit dem Ziel, die Sichtbarkeit des Netzwerkes nach innen und außen zu stärken, motivierend und verbindend wirken. Wir empfehlen konkret eine gemeinsame Podcast-Serie der drei Welterbestätten rund um die Themen des Kultur- und Naturerbes. Die Produktion wäre kostengünstiger, insbesondere im Vergleich zu einem Werbefilm und erlaubt gleichzeitig verschiedene Themen und Stimmen an verschiedenen Orten zu verbinden.
Der Podcast ist intern als auch extern leicht zu verbreiten und darüber hinaus (langfristig) erweiterbar. Der Austausch und die Implementierung der Audiodaten ist technisch unaufwändig und Audiodateien lassen sich in jedes Erscheinungsbild einbinden, ohne mit der visuellen Ästhetik in die Corporate Identity der bestehenden Medien groß einzugreifen. Als Multiplikatorinnen und Multiplikatoren könnte man Radiosender der Region und weitere Bildungs- und Öffentlichkeitsträger (Ausstellungshäuser, Kirchen, Infozentren) gewinnen, diese zu promoten.

Empfehlung Inhalte Format:

Denkbar wären zum Beispiel ähnlich wie in Skizze Netzwerkformat 1.1. oder 1.3. bereits unter einem gemeinsamen Schwerpunktthema Erzählungen, um das Welterbe zu inszenieren, den Akteurinnen und Akteuren um die Welterbestätten, um das Immaterielle Kulturerbe und Weltdokumentenerbe und um die Bewohnerinnen und Bewohner der Region, in denen die Verbindungen gezeigt wird, wie das Erbe in den direkten Bezug zu ihrem Alltag steht. So können Verbindungen zwischen Fischhandel von den Wikingern zum Lübecker Kaufmann zum heutigen Einzelhändler zur Artenveränderung und Fischbestände im Wattenmeer über unterschiedlichen Perspektiven der Akteurinnen und Akteure aufgezeigt werden. Die Bedeutung des Immateriellen Kulturerbes der Bauhütte für Lübecks Altstadt oder das Reetdachdecker-Handwerk für die Rekonstruktion einer Wikingerhütte oder auch als zeitgenössische, umweltfreundliche Alternative für Hausdächer.
Die Erzählketten sind lang und zeigen, wie viele Menschen explizit und implizit Teil des Erbes sind, sodass das Gemeinschaftsgefühl verstetigt werden kann.

[1] Siehe Anlage Finanzplan (Ergänzung 24.01.2023)


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

09.08.2022
Überarbeitung: 24.01.2023

Panatom

# Anlage 08
# Finanzplan

PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE

# Finanzplan

| Kostenstelle | Beschreibung | Umfang | Kosten in € / Jahr |
|---|---|---|---|
| **01. Personalkosten**<br>Koordinationsstelle zur Entwicklungsberatung und Schnittstellen-management | **A Projektleitung**<br><br>Organisation und Begleitung der Zusammenarbeit der Stätten<br>Weiterführende Recherchen Fachleute, Netzwerkerweiterung<br>Koordination der Auftritte und Kampagnen<br>Einwerbung von Mitteln für umfangreiche Projekte | 16 Stunden / Woche | **22.400,00** € |
| | **B Personalaufstockung**<br><br>innerhalb der Welterbestätten für spezifische Aufgabe der Netzwerkbildung Welterbe SH | 8 Stunden / Woche<br>je Stätte | 11.200,00 x 3<br>**33.600,00 €** |
| **02. Sach- und Projektmittel**<br>laufend für interne Fachberatung, Coachings, Fachveranstaltungen | Z.B. Fördermittelcoachings<br>Wissenschaftsberatung | 1–2 Mal / Jahr | **10.000,00 €** |
| **03. Sach- und Projektmittel**<br>gemeinsame Kommunikations- und Bildungsformate | Gemeinsames Programm<br>z.B. zum Welterbetag, mediale Auftritte | 1–3 Mal / Jahr | **28.000,00 €** |
| **Gesamt 1 Jahr** | | | **94.000,00 €** |
| | | | |
| **Gesamt 3 Jahre** | | | **282.000,00 €** |
| **Gesamt 5 Jahre** | | | **470.000,00 €** |


PANATOM GMBH TORSTRASSE 100 10119 BERLIN
T +49 30 6093 0300 WWW.PANATOM.DE