

Moderation: Steffi Behrendt, Dr. Gerd Franz Triebenecker

Input der Moderatoren zu den Zielen von Welterbe-Vermittlung

Gemäß Art. 27 der UNESCO-Welterbekonvention ist neben Schutz auch Bildung eine wichtige Aufgabe einer Welterbestätte. Welterbe-Bildung ermöglicht es, sich das kulturelle Erbe auf unterschiedliche Art und Weise anzueignen und sich mit den Aufgaben des Denkmal- und Naturschutzes vertraut zu machen. Ziel ist es, mehr über Natur- und Kulturstätten zu erfahren, die als UNESCO-Welterbe anerkannt sind und zu lernen, wie man zu deren Erhalt beitragen kann. Schließlich soll die eigene Stadt (Welterbestätte) als gestaltbarer und schützenswerter Lebensort wahrgenommen werden, mit dem man sich identifiziert und zu dem eine emotionale Bindung entsteht.

Ein Ergebnis des Kulturkonzepts war, dass die Altstadtinsel in ihrer Gesamtheit als kultureller Ort wahrgenommen wird. Die Anerkennung als UNESCO-Welterbe und insbesondere unsere baukulturellen Werte sind eine zentrale kulturelle Stärke unserer Stadt. Wir haben darüber gesprochen, welche kultur-/kunstpädagogischen Angebote zum Thema Welterbe in Stralsund bekannt sind und wie wir gemeinsam mehr Aufmerksamkeit dafür sowie eine zielgruppen-spezifische Ansprache erreichen können. Dabei haben wir auch auf potenzielle Kooperationspartner aus anderen Bereichen schauen wie bspw. Denkmalpflege, Architektur, Jugendbauhütte, Stadtführungen geschaut.

1. Wer kennt welche Formen der Welterbe-Bildung / Kulturerbe-Vermittlung in Stralsund?

Der Austausch hat gezeigt, dass seit Anerkennung als UNESCO-Welterbe vor 22 Jahren verschiedene Formate und Angebote entstanden sind. Dabei wird und wurde die Altstadt und ihr historisches Erscheinungsbild auf verschiedene Weise genutzt, um Menschen deren Bedeutung als UNESCO-Welterbe nahezubringen. Viele der erwähnten Formate haben dauerhaften Charakter, bei einigen fehlt die Verstetigung. Sie sind oft projektbezogen und damit befristet.

Antworten aus den drei Durchgängen

Erlebbarkeit der Altstadt und ihrer Gebäude

- Stadtführungen/Kreuzfahrten mit/ohne Headset (z. T. mit Guides in historischem Gewand)
- Stadtrallyes
- Besteigung des Turms der Marienkirche
- Welterbe-Ausstellung
- Spielkartenfabrik/
- Koggensiegelhäuser-Führung des Bürgerkomitees
- Begehbare historische Häuser, z.B. Museumshaus, Wulflamhaus

Schule

- Schul- und Kitaprojekte
- AG Welterbe in der UNESCO-Projektschule IGS Grünthal
- ECHY-Projekt und Projekt „Bock auf Barock“

- Büchertürme-Projekt der Stadtbibliothek (z. B. Kirchtürme erlesen)
- Lehrplan 6. Klasse (Mittelalter)
- Zooschule (Umweltbildung)

Fortbildung/Qualifizierung

- Jugendbauhütte mit Seminarangebot
- Vorträge
- Museumspädagogik im STRALSUND MUSEUM

Internationaler Austausch

- Baltic Sea Forum der Hochschule
- Performdance-Austausch (mit Welterbestadt Durham/UK)
- Deutsch-polnisches Austauschprogramm (Hanse und Welterbe)

Künstlerische Auseinandersetzung

- Skizzenfestival der Speicher_Leute
- Kunstkurs im Hansa-Gymnasium
- Welttanztag
- 3D-Tastmodell am Alten Markt

Besondere Tage/Stadtfeste

- Tag des offenen Denkmals
- Welterbetag
- Wallensteintage
- Internationale Hansetage der Neuzeit 2028
- Events in historischen Gebäuden

Beschilderung

- Hinweise an Gebäuden/Erläuterungsschilder
- aktuelles Leitsystem (nicht ausreichend)

Online/Virtuell

- Website
- Onlinepräsentation
- Merchandising der Tourismuszentrale mit historischen Bezügen

Medien

- Filme
- TV-Berichte
- Bücher
- Kartenspiele

2. Wen und was brauchen wir, um insbesondere jungen Menschen ihre Heimat- und Welterbestadt nahezubringen?

Neben den finanziellen und zeitlichen Ressourcen war den Teilnehmenden wichtig, zunächst mehr über die Zielgruppe der jungen Menschen zu erfahren und nicht über sie, sondern mit ihnen zu sprechen. Neben Angeboten in den Sozialen Medien ist es auch wichtig, aktive, handfeste Angebote zu unterbreiten, also ins Handeln zu kommen.

Gegebene Antworten aus den drei Durchgängen

WEN	Schulen Kulturakteure Pädagogisches Fachpersonal Stadtteilkoordination engagierte Vermittler Migranten/-innen
WAS	Zielgruppenanalyse und Definition der anzusprechenden Altersgruppe Social Media Instagrammable Content Wettbewerbe Formate in Verbindung mit Berufen (z. B. Handwerk) Nicht nur Gebäude, sondern andere Themen präsentieren Website optimieren Verstetigung von Schulprojekten Emotionalisieren, also Gefühle ansprechen Erlebbarkeit und Angebot von Aktivitäten Verweis auf historische Persönlichkeiten eine faire Preisgestaltung für alle Gruppen eine gestärkte Museumspädagogik Interaktivität Lehrmaterialien Projektstage Stadtführerausbildung Digitale und analoge Spielkultur Projekt <u>woche</u> Zeit Datensammlung Geld/Fördermittel Beteiligung junger Menschen Angebote in leichter Sprache Themenführungen für Individualgast

3. Wie gelingt eine Ansprache insbesondere der jungen Menschen und welche Erfahrungen machen Akteure der Kulturellen Bildung?

Die hier gegebenen Antworten überschneiden sich mit denen unter Frage 2 zum Teil. Konsens war, dass u.a. über das Spielen oder künstlerische Betätigung ein Zugang zu Themen eröffnet werden sollte. Angebote von jungen Menschen für jungen Menschen sind oft nachhaltiger in ihrer Wirkung. Auch die Beteiligung zu Welterbe-Fragen, z.B. über einen Junior-Welterbe-Beirat wurde thematisiert.

Antworten aus den drei Durchgängen

Beteiligung

- Notwendigkeit des Gesprächs mit jungen Menschen: Ideen sammeln, Feedback erhalten
- Junge Menschen für junge Menschen bzw. Kinder führen Kinder
- Wissensstand über Stralsund in Erfahrung bringen
- Welche Kommunikationswege nutzen junge Menschen heute?

- Was interessiert sie? Wissen wir das?
- Junior-Welterbe-Beirat

Online/Virtuell

- Kreation von Social Media-Content
- Einsatz von Augmented Reality und Virtual Reality
- SEO = Suchmaschinenoptimierung
- Pflege von Google Maps
- App Actionbound
- Digitale Vermittlung
- Going Local, Airbnb, GetYourGuide nutzen

Formen der Ansprache (Wie)

- mehrere Sinne ansprechen
- Aktivitäten organisieren
- Spielen
- Performative Rundgänge
- Künstlerische Ansätze
- Fokus auf Kulinarik
- Atmosphäre schaffen (historische Schiffe im Hafen)
- Öffentlichkeitsarbeit, z. B. Jugendbauhütte
- Künstlerische Nutzung historischer Räume
- Popup-Atelier zum Tag des offenen Denkmals
- Audioguide Stralsund (spielerisch)
- als Ferienangebot, z.B. im Sommercamp
- Ehrenamtsmesse in der letzten Schulwoche