



Organisation
der Vereinten Nationen
für Bildung, Wissenschaft
und Kultur



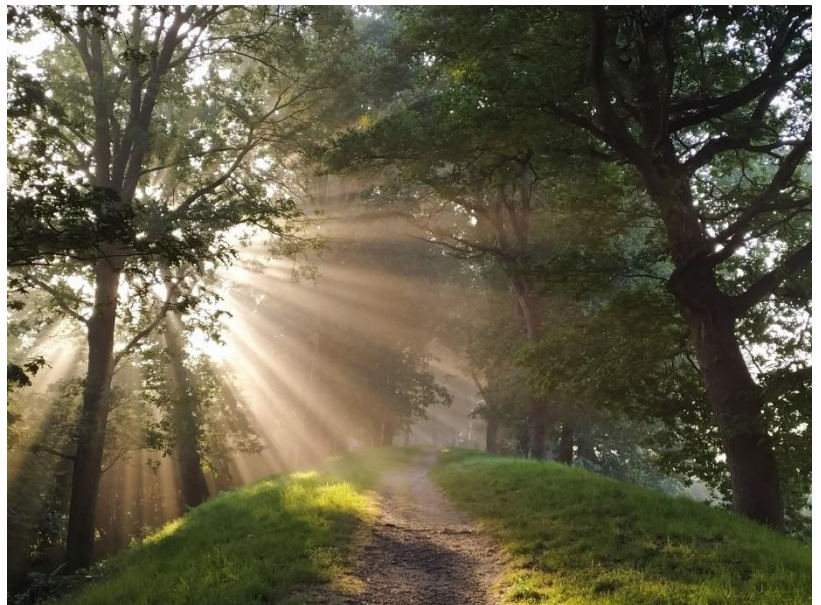
Archäologischer Grenzkomplex
Haithabu und Danewerk
Welterbe seit 2018

Archäologischer Grenzkomplex

Haithabu und Danewerk

Bildungskonzept 2020

Kerstin Tolkieln und Friederike Malisch-Johnigk



„In the end, we will conserve only what we love,
We will love only what we understand,
And we will understand only what we are taught.”

Baba Dioum

Das Bildungskonzept entstand im Rahmen eines Drittmittelprojektes mit Förderung durch die AktivRegion Schlei Ostsee. Ein besonderer Dank gilt Frau Plewa und Herrn Heintz für ihre tatkräftige Unterstützung bei den Projektanträgen. Weiterer Dank gebührt außerdem den Welterbe-Akteuren, die sich ebenfalls finanziell an dem Projekt beteiligt haben: dem Archäologischen Landesamt Schleswig-Holstein, der Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen, der Stadt Schleswig sowie dem Danevirke Museum.



Inhalt

1. Einleitung.....	5
1.1 Ausgangssituation	5
1.2 Akteure/AG	5
1.3 Ziel und Erarbeitung des Bildungskonzeptes	5
2. Grundlagen	7
2.1 Die Welterbekonvention der UNESCO und der Bildungsdiskurs für Welterbestätten	7
2.2 Leitbild für die Bildungsarbeit der Welterbestätte Haithabu und Danewerk.....	9
Vision und Mission	9
Werte	9
2.3 Die Welterbestätte Haithabu und Danewerk - Themenschwerpunkte	10
Vermittlungsakteure und ihre Schwerpunktthemen	11
Vermittlungsziele	13
2.4 Bestandsaufnahme der vorhandenen Angebote und Formate	13
2.5 Zielgruppen	20
Zielgruppenanalyse	20
Besucherumfrage	25
Schulumfrage	27
Kernzielgruppen Zukunft.....	32
2.6 Netzwerkanalyse	35
Regionale Bildungslandschaft	36
2.7 Lehrplanbezug	37
2.7 Einbindung der Themen in die Bildung für Nachhaltige Entwicklung.....	41
2.8 Bedarfsanalyse	45
3. Zukünftige Bildungsarbeit	48
3.1 Empfehlungen	48
Bedarf 1: Brückenschlag zu der Welterbekonvention, der Bedeutung des Welterbetitels und dem internationalen Kontext.....	49
Bedarf 2: Vermittlung der Welterbestätte in ihrer Gesamtheit	50
Bedarf 3: Steigerung der Sichtbarkeit und Erlebbarkeit der Welterbestätte	53
Bedarf 4: Koordinierte Fortbildung von Multiplikatoren.....	55
Bedarf 5: Verstärkung der Schulprojekte in Sekundarstufe 1 und 2	56
Bedarf 6: Stärkung der regionalen Identifikation mit der Welterbestätte und der Einbindung neu gewonnener Zielgruppen.....	58
Bedarf 7: Altersgerechte und zielgruppengerechte Zugänge zum Thema, insbesondere Stärkung der Zugänge für junge Leute	59
Bedarf 8: Tiefgehende Auswertungen von Besuchsstatistiken und Evaluation von Angeboten.....	61

Bedarf 9: Berücksichtigung des Themas Barrierefreiheit	62
3.2 Finanzierungsmöglichkeiten	63
3.3 Zukünftige Aufgaben und Organisationsstrukturen	64
Aufgaben Bildungsarbeit.....	64
Trägermodell/Organigramm.....	65
4. Zusammenfassung des Bildungskonzeptes	66
5. Quellenangaben	68
6. Anhang.....	70

1. Einleitung

1.1 Ausgangssituation

Der Archäologische Grenzkomplex von Haithabu und Danewerk (in diesem Dokument kurz Haithabu und Danewerk genannt), der sich über 227,55 Hektar erstreckt, wurde 2018 von dem Welterbekomitee der UNESCO zum Weltkulturerbe erklärt. Mit dieser Auszeichnung ergeben sich für die Stätte viele Vorteile, insbesondere eine stärkere Aufmerksamkeit im Tourismusbereich sowie verbesserte Fördermaßnahmen, aber auch zahlreiche Verpflichtungen, um die von der UNESCO vorgegebenen Richtlinien adäquat umsetzen zu können. Der Fahrplan und die Rahmenbedingungen für die Umsetzung der verschiedenen Aspekte wird in dem 2020 neu aufgelegten Management Plan der Stätte definiert (ALSH 2020). Dazu gehört ein Vermittlungs- und Bildungsansatz, der über die bisherigen Angebote hinaus das übergeordnete Welterbethema und dessen inhaltlichen Teilbereiche in das Bewusstsein der Bevölkerung rückt. Um diesem Anspruch gerecht zu werden und unter der Berücksichtigung der durch den archäologischen Charakter erschwerten Sichtbarkeit und Erlebbarkeit der Stätte wurde Ende 2019 ein Bildungskonzept in Auftrag gegeben, das die zusätzliche inhaltliche Welterbeebene für zukünftige Angebote berücksichtigen soll.

1.2 Akteure/AG

Haithabu und Danewerk blicken als außerschulische Lernorte auf eine jahrzehntelange Vermittlungs- und Bildungsarbeit zurück. Durch die flächenmäßig große Ausdehnung der Stätte sind mehrere Akteur:innen für die Besucher:innenarbeit zuständig, insbesondere das Wikinger Museum Haithabu und das Danevirke Museum sowie bisher im geringeren Maße das Stadtmuseum Schleswig. Das ALSH ist verantwortlich für die Vermittlung entlang des Bodendenkmals. Im Rahmen der Nominierung für den Welterbetitel fand sich die Kerngruppe der aktiven Träger:innen der Bildung und Vermittlung entlang des archäologischen Grenzkomplexes in der Arbeitsgruppe (AG) Vermittlung zusammen. Dazu gehören:

- Wikinger Museum Haithabu (WMH)
- Danevirke Museum (DAMU)
- Stadtmuseum Schleswig
- Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein (ALSH), Welterbebüro
- Haithabu und Danewerk e. V

Die AG Vermittlung hat die gemeinsame Welterbevermittlungsarbeit in Haithabu und dem Danewerk angestoßen, das Kapitel Vermittlung im alten Managementplan von 2014 konzipiert und mit der Umsetzung der darin formulierten Ziele und Maßnahmen begonnen. Sie trifft sich mehrmals im Jahr.

Seit Beginn des Jahres 2020 wurde die AG um die Verfasserinnen des Bildungskonzeptes ergänzt. In der AG wird sich bezüglich gemeinsamer und zukünftiger Aufgaben und Angebote im Themenbereich Welterbe abgestimmt, für die Vermittlung innerhalb der Museen sind diese aber eigenverantwortlich zuständig. Im Folgenden werden die Mitglieder der AG allgemein als „Akteure“ bezeichnet.

1.3 Ziel und Erarbeitung des Bildungskonzeptes

Ein Bildungskonzept stellt im Allgemeinen eine Art Grundsatzerklärung bzw. ein Positionspapier für die Bildungsarbeit an kulturellen Einrichtungen, besonders Museen, aber wie in diesem Falle auch für Welterbestätten dar. Gerade bei einem Flächendenkmal mit mehreren Akteur:innen, die die Vermittlungs- und Bildungsarbeit der Welterbestätte gemeinsam übernehmen, ist es wichtig, nach innen und außen gemeinsame Leitlinien und Ziele zu verfolgen, Angebote abzustimmen und eine Strategie für die Bildung und Vermittlung auszuarbeiten, an der sich die langfristige Bildungsarbeit orientiert. So entsteht ein geschlossenes Bild für Gäste und Partner und das Image der Welterbestätte als herausragender außerschulischer Lernort wird gestärkt.

Für das Bildungskonzept des Welterbes Haithabu-Danewerk soll, ausgehend vom Humboldt'schen Bildungsbegriff, ein ganzheitliches Konzept von Bildung zur Anwendung kommen. So ist es zentral, für alle gesellschaftlichen Gruppen die

Möglichkeit zu schaffen, das Welterbe zu erfahren und sich damit auseinanderzusetzen. Nicht nur reine Wissensvermittlung, sondern selbstbestimmte Entwicklung der Persönlichkeit und die Möglichkeit, sich aktiv einzubringen, soll dabei das Ideal sein. Die Bildungsangebote sollen kulturelle Teilhabe für alle gesellschaftlichen Gruppen ermöglichen. Neben dem reinen Zugang zu Inhalten und Fachinformationen sollen Kompetenzen entwickelt und gefördert und eigene Zugänge zum Welterbethema angeregt werden. Denn nur wer einen persönlichen Bezug und eine Beziehung zur Welterbestätte entwickelt hat, eignet sich ihre Inhalte wirklich wortwörtlich an und kann sich fundiert für ihren Erhalt engagieren. Dies zu fördern, ist die Grundlage aller Bildungsarbeit an der Welterbestätte.

Während die Museen der Welterbestätte Haithabu und Danewerk als Besucherzentren dienen und Bildungs- und Vermittlungsangebote individuell aus ihren eigenen Themen heraus konzipieren und anbieten, soll das vorliegende Bildungskonzept die übergeordnete Ebene des Welterbes und dessen Schwerpunkte ansprechen und aufzeigen, wie dessen Wertigkeit künftig unter Einbeziehung der Gesamtheit des Grenzkomplexes vermittelt werden soll.

Im Rahmen der Projektförderung durch die LAG AktivRegion Schlei Ostsee wurden folgende Aufgaben/Meilensteine festgelegt, deren Ergebnisse Teil des Konzeptes sind:

- Benchmark identifizieren: Wie arbeiten andere Welterbestätten?
- Vernetzung mit der Bildungslandschaft in SH, DE, DK und anderen Welterbestätten
- Bedarfsanalyse aufbauend auf
 - o Netzwerkanalyse
 - o Zielgruppenanalyse (inklusive Schul- und Besucher:innenumfrage)
 - o Bestandsaufnahme bereits vorhandener Angebote und Projekte
- Erstellung eines Leitbildes und Ziele der Bildungsarbeit
- Berücksichtigung von offenen, fächerübergreifenden pädagogischen Konzepten und den Chancen digitaler Angebote
- Eruierung von neuen Angeboten unter Berücksichtigung der Bedarfe und der finanziellen, materiellen und personellen Ressourcen
- Organisationsstruktur – Betreibermodell für die Umsetzung neuer Angebote/Aufgaben
- Qualitätssicherung
- Zielgruppengerechte, hochwertige Vermittlung der Themen UNESCO Welterbe, OUV und Kernthemen Haithabu-Danewerk

Der erste Teil des vorliegenden Konzeptes soll die Grundlagen der Welterbestätte Haithabu und Danewerk darstellen, die für die Vermittlungs- und Bildungsangebote der Welterbe-Ebene von Bedeutung sind. Aufbauend auf den Grundlagen und den Analysen wird daraufhin eine Bedarfsanalyse erstellt, die aufzeigen soll, welche Bedürfnisse und Anforderungen für die zukünftige Bildungsarbeit zu berücksichtigen sind.

Der zweite Teil stellt konkrete Formate und Projekte für die zukünftige Bildungsarbeit vor, die die zuvor ermittelten Bedarfe decken können. Dabei handelt es sich um einen Leitfaden mit Empfehlungen, die verschiedene Dimensionen an Ressourcen berücksichtigen. Basierend auf den ermittelten Bedürfnissen ergeben sich außerdem Aufgaben für die Welterbebildung, die organisatorisch angebunden werden müssen und für die im Rahmen des Konzeptes ein Lösungsvorschlag erarbeitet wurde.

Das vorliegende Bildungskonzept für die Welterbestätte Haithabu/Danewerk wurde in enger Zusammenarbeit mit den oben genannten vermittlungsrelevanten Akteur:innen erarbeitet. Neben zahlreichen Einzelgesprächen und Ortsbegehungen zur Bestandsaufnahme und zum Austausch der Erwartungen wurden im Folgeprozess zwei Beteiligungsworkshops durchgeführt. Innerhalb dieser Workshops wurden gemeinsam die Vision, die Mission und die Werte für die Vermittlungs- und Bildungsarbeit an der Welterbestätte erarbeitet, Kernthemen identifiziert und Zielgruppen analysiert. Darüber hinaus wurden eine mögliche strukturelle Einbindung und Finanzierungsmöglichkeiten der zukünftigen Bildungsarbeit erarbeitet.

Neben den Treffen mit den Akteur:innen fanden zusätzliche Gespräche mit weiteren relevanten Institutionen sowie die Teilnahme an Veranstaltungen und Tagungen mit Themenbezug statt. Die entsprechenden Erkenntnisse sind ebenfalls in die Evaluierung eingeflossen. Dazu gehören zum Beispiel Tourismus-Auswertungen von Ostseefjord Schlei, die Ergebnisse der Arbeitsgruppen auf der Regionalkonferenz „Vom Welterbe zur Welterbe-Region“, die Impulse des Fachtags Museumspädagogik vom IQSH in Kiel oder die Abschlusskonferenz des IHS Projekt mit den UNESCO Schulen. Thematisch flossen außerdem die Ergebnisse einer medienpädagogischen Fortbildung des Offenen Kanals in Rendsburg, der internen Fortbildungen zu BNE und Rassismus sowie die Erkenntnisse der Jahreskonferenz von Interpret Europe „Fostering Communities through Heritage Interpretation“ ein. Enger Austausch fand außerdem im Rahmen der Fortschreibung des Managementplanes mit dem ALSH statt.

2. Grundlagen

2.1 Die Welterbekonvention der UNESCO und der Bildungsdiskurs für Welterbestätten

Die Welterbeidee entstand aus der Erkenntnis, dass Kultur- und Naturerbestätten nicht notwendigerweise dauerhaft durch nationale Gesetzgebungen geschützt sind, da diese in diversen Situationen außer Kraft gesetzt werden können, sei es zum Beispiel durch wirtschaftliche Entscheidungen oder Umwelteinflüsse. Eine nachhaltige Bewahrung der Kultur- und Naturgüter kann nur stattfinden, wenn eine hohe Wertschätzung dieser Stätten in der Bevölkerung vorhanden ist.

Nur wer sich der Besonderheit des Ortes und dessen Auswirkung auf unser heutiges Leben bewusst ist, der steht hinter dessen Schutz und Erhaltung. Die Bedeutung von Kulturstätten entsteht immer in dem Bewusstsein der Menschen.

Bereits vor über 60 Jahren schrieb Freeman Tilden, der Vorreiter der heutigen Natur- und Kulturvermittlung: “Through interpretation, understanding; through understanding, appreciation; through appreciation, protection” (Tilden, 1957: 38). Gilt es daher ein Kulturdenkmal nachhaltig und langfristig zu erhalten, dann ist es unerlässlich, dass neben denkmalpflegerischen Erhaltungsmaßnahmen und einem gesetzlichen Rahmen ein Fokus auf eine umfassende, inklusive und erlebbare Vermittlungs- und Bildungsarbeit gesetzt wird.

Darüber hinaus sind Welterbestätten vielschichtige Begegnungsorte. Mit der Erweiterung der Bedeutung des Ortes über die Landesgrenzen hinaus, hin zu einer weltweiten Wahrnehmung, bieten sich für Welterbestätten unzählige Chancen für internationale Zusammenarbeit. Als Welterbestätte verpflichtet man sich nicht nur dem Schutz des entsprechenden Ortes, sondern öffnet ihn für ein weltweites Publikum, unabhängig von Religionen, Alter, Geschlecht oder Nationalität - er wird zur interkulturellen Begegnungsstätte. Durch ihren internationalen Status haben Welterbestätten zudem das Potential, mit innovativen und kreativen Vermittlungs- und Bildungsformate neue Standards zu setzen und als Leuchttürme zu wirken (Deutsche UNESCO Kommission, 2006).

Wie in den Richtlinien zur Durchführung des Welterbeübereinkommens festgehalten wird, verpflichten sich die Vertragsstaaten dazu, die „Erfassung, Anmeldung, Schutz, Erhaltung und Präsentation des Kultur- und Naturerbes, das sich in ihrem Hoheitsgebiet befindet, sowie dessen Weitergabe an künftige Generationen sicherzustellen (...)“ und „Bildungs- und Informationsprogramme einzusetzen, um die Würdigung und Achtung des (...) Kultur- und Naturerbes durch die Völker der Vertragsstaaten zu stärken“ (UNESCO, 2017). Darüber hinaus soll die Welterbestätte „eine Funktion im öffentlichen Leben“ spielen, das heißt, es soll ein lebendiger und relevanter Ort für die lokale Bevölkerung sein.

Diese drei Bereiche – Präsentation und Information, Bildungsprogramme und die Einbeziehung der lokalen Bevölkerung – wurden in den vergangenen Jahrzehnten immer wieder in weiteren Resolutionen und strategischen Zielen der UNESCO aufgegriffen, da ihre Bedeutung für die Erhaltung der Stätten und ihr Potential zur Umsetzung der Welterbekonvention stärker in den Vordergrund tritt.

Die Präsentation und Information einer Welterbestätte sollte idealerweise die verschiedenen Aspekte des Außergewöhnlichen Universellen Wertes widerspiegeln – also die Aspekte, aufgrund derer dieser Ort auf die Welterbeliste gesetzt wurde. Bei den meisten neuen Welterbestätten bedeutet dies, dass der Fokus der Vermittlung nach der Ernennung erweitert werden muss, weil diese Aspekte oftmals vor dem Welterbestatus in dieser Form noch nicht für Besucher:innen herausgearbeitet wurden. Zu der lokalen und nationalen Bedeutung kommen der

internationale Rahmen und eine internationale Dimension, die in der täglichen Präsentation von Stätten meist noch keine größere Rolle gespielt hat. Darüber hinaus verpflichten sich die Stätten, die Idee der Welterbekonvention und deren Umsetzung den Besucher:innen zu vermitteln. Neben den ursprünglichen Inhalten des Ortes kommen also zahlreiche neue und vielschichtige Themen hinzu, die viel Potential für eine intensivere Vermittlungsarbeit bieten. Auch die Zielgruppen ändern sich mit der Ernennung zum Welterbe. Welterbestätten verzeichnen meist einen deutlichen Anstieg der Besucherzahlen und ziehen vermehrt auch internationale Besucher:innen in die Region. Die Vermittlung und Präsentation sollten dementsprechend in ihren Formaten erweitert werden.

Zudem ist die Zukunft der Welterbestätten unweigerlich mit dem Wissen und der Wahrnehmung der nachrückenden Generationen verknüpft. Nur wenn Kinder und Jugendliche den Wert der Welterbestätten erkennen, und diese Orte für sie eine Bedeutung haben, kann gewährleistet werden, dass sie auch zukünftig erhalten bleiben. Daher wird von Seiten der UNESCO neben der Vermittlung vor Ort ein starker Fokus auf Bildungsprogramme und Kooperationen mit Bildungsträgern gesetzt.

In Artikel 220 der Richtlinien heißt es: „Die Vertragsstaaten werden ermutigt, Bildungsmaßnahmen in Zusammenhang mit dem Welterbe soweit möglich unter Beteiligung von Schulen, Universitäten, Museen und anderen kommunalen und nationalen Bildungsträgern zu entwickeln“ (UNESCO, 2017). Auch in der Hildesheimer Resolution der Deutschen UNESCO Kommission wird empfohlen: „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“ sowie „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“ (Deutsche UNESCO Kommission, 2006). Gleichzeitig sind Bildungsprogramme und Schulkooperationen nicht nur für die Welterbestätten wichtig, sondern die Stätten agieren im Gegenzug als außerschulischer Lernort. Damit tragen sie einen wesentlichen Teil zur kreativen, nachhaltigen Wissensvermittlung im Bildungssystem bei.

Um innerhalb der lokalen Bevölkerung eine positive Identifikation mit der Welterbestätte zu schaffen und das Verantwortungsbewusstsein zu stärken, sind als dritter Bereich partizipative und bürgernahe Projekte unerlässlich, die die Anwohner aktiv in die Arbeit der Welterbestätte mit einbeziehen und dafür sorgen, dass die Welterbestätte eine wichtige Rolle in ihrem täglichen Leben spielt. Sowohl in den Richtlinien der UNESCO als auch in den strategischen Zielen, die 2002 in der Budapester Erklärung zum Welterbe festgelegt wurden, wird die Rolle der Gemeinschaft für die Bewahrung des Welterbes hervorgehoben und die Bildung eines Bewusstseins und der öffentlichen Beteiligung an den Welterbestätten bekräftigt (UNESCO, 2002). Darüber fördert eine partizipative Einbindung gerade von jungen Leuten die Wahrnehmung und das Verantwortungsbewusstsein gegenüber der Welterbestätte.

All diese Bereiche fließen naturgemäß ineinander – Bildungsprogramme können beispielsweise partizipativen Charakter haben, Schulklassen nutzen bei dem Besuch der Welterbestätte die Vermittlungsformate vor Ort – und je nach Schwerpunkt fallen Projekte und Formate unter verschiedene Verantwortlichkeiten.

Vermittlung und Bildung sind dabei nicht klar voneinander zu trennen. Für dieses Konzept werden allerdings alle Vermittlungsformate, die in den Bereich der räumlichen Vermittlung fallen, wie beispielsweise museale Ausstellung, Besucher:innenlenkung und Beschilderung am Denkmal ausgeklammert. Diese fallen in die Kompetenzen der Museen, des Welterbebüros und der Anrainergemeinden. Während Vermittlung alle Angebote umfasst, die eine Beziehung zwischen Besucher:innen und Objekt bzw. Kulturerbestätte herstellen, umfasst Bildung konkretere diejenigen Angebote, die auf die interaktive Aneignung von Wissen und die Bildung der Persönlichkeit abzielen. Solche Angebote speziell zur zielgerichteten Vermittlung des Welterbestatus von Haithabu und Danewerk vorzuschlagen, ist Kern dieses Konzepts.

2.2 Leitbild für die Bildungsarbeit der Welterbestätte Haithabu und Danewerk

Basierend auf den oben dargestellten Richtlinien der UNESCO, aber auch auf dem Selbstverständnis und den bisherigen Vermittlungswerten der Akteur:innen wurde sich im Rahmen des ersten Beteiligungsworkshops auf ein gemeinsames Leitbild für die langfristige Welterbebildung geeinigt. Dies beinhaltet eine gemeinsame Vision der Akteur:innen, die zeigt, was für ein Bildungsort die Welterbestätte Haithabu und Danewerk in fünf bis zehn Jahren sein soll, und eine Mission, die die Bedeutung der Bildungsangebote darstellt. Die nachfolgenden Werte dienen als Qualitätssicherung für das Bildungsprogramm der Welterbestätte und werden bei der zukünftigen Planung, Konzeption und Durchführung von Vermittlungs- und Bildungsangeboten berücksichtigt. Sie sind als solche in die Fortschreibung des Management Planes von 2020 übernommen worden.

Vision und Mission der Welterbebildung

In 5 bis 10 Jahren ist die Welterbestätte Haithabu und Danewerk:

- Ein wichtiger außerschulischer Lernort
- Zugänglich für möglichst viele gesellschaftliche Gruppen
- Ein Ort, an dem dessen Erhalt und Vermittlung die Bevölkerung aktiv teilhaben kann.

Was soll die Bildungsarbeit bewirken?

Vermittlung und Bildung stellen eine zentrale Bedeutung für das nachhaltige Management der Welterbestätte dar.

Es wird eine Bewusstseinsbildung hinsichtlich der Welterbekonvention und der Arbeit der UNESCO gefördert.

Die Welterbestätte fördert die regionale Identifikation innerhalb der Bevölkerung.

Und die Vermittlungs- und Bildungsformate haben eine Leuchtturm-Wirkung innerhalb der Region.

Werte

UNESCO: Wir, als Akteur:innen des Welterbes, engagieren uns aktiv für die Bildungsarbeit und die Vermittlung des Welterbegedankens im Rahmen der Vorgaben der UNESCO.

Einheit: Haithabu und Danewerk werden als Weltkulturerbestätte gemeinsam und einheitlich auf Basis des OUV vermittelt.

Qualität: Es werden gemeinsam qualitativ hochwertige, zielgruppengerechte Bildungsmaterialien und -Formate in einheitlicher Form und Sprache erarbeitet und immer wieder dem aktuellen Forschungsstand angepasst. Die Vermittlung findet mehrsprachig statt mit einer Priorität auf Deutsch, Dänisch und Englisch.

Zielgruppengerecht und inklusiv: Die Denkmalvermittlung soll möglichst alle Bevölkerungs- und Zielgruppen einbinden. Dies umfasst auch die Einbindung von Minderheiten und die Berücksichtigung von barrierefreien Bewegungsräumen und Vermittlungsangeboten (bspw. Leichte Sprache).

Innovativ: Die Vermittlungsakteur:innen erkennen an, dass sich Bildungs- und Vermittlungsformate stetig weiterentwickeln und beziehen bei der Projektplanung neue mögliche und innovative Zugänge mit ein.

Deutsch-Dänische Beziehung: Die Vermittlungsakteur:innen erkennen und vermitteln die besondere Bedeutung des Denkmals für die deutsch-dänischen Beziehungen und die dänische Geschichte. Dieser transnationale Ansatz fügt sich in das Konzept des gemeinsamen Welterbes und von Welterbestätten als interkulturellen Begegnungsorten ein.

Multiplikatoren: Die Ausbildung von Multiplikator:innen wird gefördert, um den Welterbegedanken und die Themen der Welterbestätte Haithabu und Danewerk nach außen zu tragen. Die Welterbethemen sollen aktiv in die formalen und non-formalen Lernorte hineingetragen werden.

Evaluation: Alle Bildungsangebote und dieses Leitbild sind Objekt einer ständigen Evaluierung und Optimierung im Dialog mit allen Akteur:innen des Welterbes.

2.3 Die Welterbestätte Haithabu und Danewerk - Themenschwerpunkte

Für die Aufnahme in die Welterbeliste der UNESCO werden Themenschwerpunkte gesetzt, die den Außergewöhnlichen Universellen Wert (kurz OUV) der Stätte definieren. Dies gilt einer Hervorhebung des Wertes im internationalen Vergleich und bedeutet oft, dass die bereits vor Ort vermittelten Themen neu gewichtet werden oder zusätzliche Schwerpunkte hinzukommen. Welterbestätten müssen mindestens eines von zehn Kriterien der UNESCO erfüllen, um in die Liste aufgenommen zu werden. Haithabu und Danewerk sind 2018 aufgrund folgender Kriterien aufgenommen worden:

„(iii) ein einzigartiges oder zumindest außergewöhnliches Zeugnis von einer kulturellen Tradition oder einer bestehenden oder untergegangenen Kultur“ (UNESCO, 2017: 25):

„Haithabu stand in Verbindung mit dem Danewerk im Zentrum von hauptsächlich maritim geprägten Handelsnetzwerken und des Austausches zwischen West- und Nordeuropa und bildete über mehrere Jahrhunderte den Kern des Grenzgebietes zwischen dem dänischen Königreich und dem Fränkischen Reich. Beide Stätten stellen ein herausragendes Zeugnis für den Austausch und Handel zwischen Menschen verschiedener kultureller Traditionen in Europa vom 8. bis 11. Jahrhundert dar. Aufgrund ihres reichen und besonders gut erhaltenen archäologischen Materials nehmen sie eine Schlüsselstellung in der Interpretation und Erforschung einer breiten Vielfalt wirtschaftlicher, sozialer und historischer Entwicklungen in der Wikingerzeit in Europa ein.“ (Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein, 2020: 165)

„(iv) ein hervorragendes Beispiel eines Typus von Gebäuden, architektonischen oder technologischen Ensembles oder Landschaften darstellen, die einen oder mehrere bedeutsame Abschnitte der Menschheitsgeschichte versinnbildlichen [...]“ (UNESCO, 2017:25):

„Haithabu ermöglichte den Austausch zwischen Handelsnetzwerken, die den europäischen Kontinent überspannten. Der Seehandelsplatz kontrollierte – in Verbindung mit dem Danewerk – Handelswege, Wirtschaft und Herrschaftsgebiete an der Kreuzung zwischen dem aufstrebenden dänischen Königreich und den Königreichen und Völkern des europäischen Festlandes. Das archäologische Erbe weist auf die Bedeutung von Haithabu und dem Danewerk als ein Musterbeispiel für ein urbanes Handelszentrum hin, das zusammen mit einem großflächigen Verteidigungssystem innerhalb eines Grenzraumes im Kern der wichtigsten Handelsrouten über Meer und Land vom 8. bis 11. Jahrhundert verbunden ist.“ (Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein, 2020: 165)

In der Kurzfassung wird der OUV von Haithabu und Danewerk wie folgt beschrieben:

„Haithabu und Danewerk sind herausragende Zeugnisse der Wikingerzeit (8.–11. Jh. n. Chr.). Der Handelsplatz Haithabu und die Wallanlagen des Danewerks sicherten an der schmalsten Stelle zwischen Ost- und Nordsee, der Schleswiger Landenge, das Grenzland zwischen Skandinavien und dem europäischen Festland. Diese besondere Lage ermöglichte einen intensiven Handel und den Austausch zwischen den Regionen.“

Haithabu war mit dem Danewerk verbunden, das als Grenzbefestigung diente und von dänischen Königen über Jahrhunderte immer wieder ausgebaut wurde. In dieser Grenzregion blühte Haithabu auf und entwickelte sich zum

zentralen Handels- und Verkehrsknotenpunkt in Nordeuropa. Heute ist Haithabu für uns ein Musterbeispiel für ein frühes städtisches Handelszentrum. Das außergewöhnlich gut erhaltene archäologische Material dient der Wissenschaft als Quelle für viele wichtige Erkenntnisse zur Wikingerzeit.“ (Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein, 2021: 8)

Das Welterbebüro des ALSH hat daraus für die Vermittlung des OUV vier prägnante Kernthemen entwickelt, die den inhaltlichen Kern der Vermittlungs- und Bildungsarbeit darstellen sollen:

- Lage
- Grenze
- Handel
- Archäologie

Gemeinsam mit den Akteur:innen des Bereichs Bildung und Vermittlung wurden die oben erwähnten Kernthemen, Lage, Grenze, Handel und Archäologie in Kontext gesetzt und für die Bildungsarbeit erweitert:

Kernthemen



Vermittlungsakteur:innen und ihre Schwerpunktthemen

Zusätzlich wurde für den Managementplan eine Übersicht der Kernthemen der einzelnen Akteur:innen erstellt, die diese Themen weiter aufschlüsselt und die Vermittlungsschwerpunkte der Akteur:innen aufzeigt (siehe folgende Tabelle).

Institution	Themen und Formate	Welterbe-Kernthemen
Wikinger Museum Haithabu	<ul style="list-style-type: none"> • Geschichte und Entstehung Haithabus • Forschungsgeschichte/Wikingerrezeption(Die Entdeckung der Wikinger) • Leben in Haithabu • Machtzentrum Haithabu • Handelsmetropole und Fernhandel • Hafen von Haithabu • experimentelle Archäologie > Wikinger Häuser Haithabu 	Wikinger Handel Archäologie Lage OUV UNESCO/ Welterbekonvention
Danevirke Museum	<ul style="list-style-type: none"> • Archäologie und Baugeschichte des Danewerks von der Vorzeit bis zur Gegenwart • Geschichte des dänisch-fränkischen und später dänisch-deutschen Verhältnisses im Mittelalter. Das Danewerk als europäische Religionsgrenze im Frühmittelalter. Das Danewerk im Zentrum regionaler Konflikte, Bündnisse und des Kulturaustauschs zwischen Dänen, Sachsen und Slaven im Norden • Das Danewerk als nationaler Mythos seit dem Hochmittelalter, Nationalismus im 19.-20. Jh. • Das Danewerk in den deutsch-dänischen Kriegen 1848-1851 und 1864 • Das Danewerk im 2. Weltkrieg • Deutsch-dänisches Zusammenleben, gemeinsames Kulturerbe • Denkmalschutz • Historische Ausstellung zur Geschichte der dänischen Minderheit, Minderheitenpolitik • Im Archäologischen Park Danewerk werden die wichtigsten Bauphasen am Hauptwall vermittelt. Hierunter das Tor zum Norden, die Thyraburg, die Feldsteinmauer, die Waldemarsmauer und die Schanze 14 von 1864 	Grenze Archäologie Handel Lage Wikinger OUV UNESCO/ Welterbekonvention
Stadtmuseum Schleswig	<ul style="list-style-type: none"> • Überblick über Haithabu und Danewerk • Die Entwicklung der Stadt Schleswig nach 1066 auf dem Nordufer der Schlei. Schleswig hat die wichtigsten Funktionen Haithabus übernommen: Königssitz, Bischofssitz und den Fernhandel über See • Stadtgeschichte Schleswig • Nordwall 	Archäologie Lage Handel/Seefahrt OUV UNESCO/ Welterbekonvention
Welterbebüro, ALSH	<ul style="list-style-type: none"> • Basis-Informationen der Vermittlung zur Welterbestätte und zum Welterbe • Alle Abschnitte und Orte von Haithabu und Danewerk • Archäologie und Denkmalschutz • Archäologische Ausgrabungen 	OUV UNESCO/ Welterbekonvention Archäologie Lage
Hollinghuus	<ul style="list-style-type: none"> • „Nordseehafen von Haithabu“ • Entstehung und Ausgrabungen des Hafens in Hollingstedt 	Lage Handel/Seefahrt Archäologie

Vermittlungsziele

Basierend auf dem OUV der Welterbestätte Haithabu und Danewerk haben die Akteur:innen der Bildung und Vermittlung folgende übergeordnete Vermittlungsziele für die Welterbebildung festgelegt. Sie fassen kurz und nicht abschließend zusammen, welche Basisinformationen Besucher:innen inhaltlich als Kernbotschaften mitnehmen sollen, wenn sie Bildungsinhalte der Welterbestätte nutzen. Die Vermittlungsziele der Museen und der einzelnen in diesem Konzept empfohlenen Bildungsformate gehen über diesen Kanon hinaus und führen ihn bedarfsgerecht weiter aus.

Wir möchten den Besucher:innen...

- den Welterbe-Gedanken vermitteln.
- Haithabu und Danewerk als Einheit wahrnehmbar machen.
- die Denkmale als Relikte der Wikingerzeit begreifbar machen.
- die besondere geografische Lage und die historische Dimension des Ortes nahebringen.
- Haithabu und Danewerk als Kontaktzone zwischen Kulturen vermitteln.
- Haithabu und Danewerk als zentralen Handelsknotenpunkt erklären.
- den Austausch zwischen Deutschen und der dänischen Minderheit zu fördern und das Bewusstsein für die Bedeutung des Danewerks in der dänischen Geschichte zu stärken
- die archäologischen Besonderheiten der Denkmale erfahrbar machen.
- die Weiterentwicklung der eigenen Persönlichkeit sowie eigener Zugänge zum Denkmal ermöglichen.
- Naturschutz und Landschaftspflege am Beispiel des Denkmals vermitteln.

2.4 Bestandsaufnahme der vorhandenen Angebote und Formate

Um zu erarbeiten, wie das Welterbethema zukünftig in die Bildungsarbeit der Welterbestätte Haithabu und Danewerk eingebettet werden soll, war es notwendig, den derzeitigen Ist-Zustand bezüglich der zentralen und dezentralen Angebote zu evaluieren. Was für Informationen und Angebote gibt es bereits, die das Thema Welterbe beinhalten oder ansprechen? Wie sind diese aufbereitet und was beinhalten sie konkret? Die folgende Tabelle gibt eine Übersicht über die bestehenden Angebote der einzelnen Akteur:innen, inhaltlich aufgeteilt in die Kategorien personell, medial vor Ort und digital. Es wird an dieser Stelle keinen Unterschied zwischen Vermittlungsformaten und Bildungsformaten gemacht, sondern das Gesamtangebot untersucht, da die beiden Bereiche vor Ort oft miteinander verwoben sind und die Notwendigkeit für einen Gesamtüberblick adressiert wurde.

<p style="text-align: center;"><i>Wikinger Museum Haithabu und rekonstruierte Wikinger Häuser Haithabu (2019 ca. 176.000 Besucher:innen)</i></p>	
<p><i>Personell</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Umfassendes Angebot an Führungen (2019 wurden 708 Führungen gebucht), das überwiegend über freie Mitarbeiter:innen läuft. Diese haben die Möglichkeit, an Fortbildungsveranstaltungen zum Thema Welterbe teilzunehmen (intern oder 2020 erstmals über das Pilotprojekt Gästeführer:innenfortbildung, das als Kooperationsprojekt vom Kreis Schleswig-Flensburg, dem ALSH und dem Haithabu und Danewerk e.V. angeboten wurde). Allerdings obliegt es ihnen als freie Mitarbeiter:innen selbst, ob und inwieweit sie das Thema in den Führungen aufgreifen. • Konkrete Angebote: „Schaufenster ins Welterbe - Museumsrundgang mit Blick hinter die Kulissen des Welterbes“ und eine buchbare Exkursion entlang des Danewerks: „Von Haithabu nach Hollingstedt - Ausflug ins Welterbe“. Beide Angebote wurden 2020 konzipiert und ab 2021 von im Thema geschulten Mitarbeiter:innen angeboten. Zusätzlich existiert die Führung „Das Danewerk – größtes Bauwerk der Wikingerzeit“ (Führung durch den Archäologischen Park, jederzeit buchbar). • Die Workshops und Programme, die von drei festen Moderator:innen durchgeführt werden, umfassen hauptsächlich die Themen Brotbacken (70-mal gebucht), Bogenschießen (59-mal gebucht), Spiele (28-mal gebucht), Filzen (10-mal gebucht) und Wettspiele (17-mal gebucht). Dazu kommen Schulklassenpakete, die ein oder zwei der oben genannten Angebote beinhalten (121-mal gebucht). Die Buchungszahlen beziehen sich auf das Jahr 2019. Jeder Aktion ist eine Einführung in das Thema vorgeschaltet, in der auch das Thema Welterbe angesprochen wird.
<p><i>Medial vor Ort</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> • Banner im Eingangsbereich zum Welterbestatus, Welterbekonvention und der OUV von Haithabu/Danewerk (informativ, allerdings auf sehr kleine Zielgruppe ausgelegt, kleine Schrift, Grafiken nicht schnell plausibel und verlorener Text im unteren Bereich), Leihgabe des ALSH • Audioguide (beinhaltet Informationen zur Ernennung der Welterbestätte und des OUVs) • Geplant: Einarbeitung des Welterbethemas in die bestehende Ausstellung (einzelne Waben) zusammen mit Gestaltungsbüro und Überarbeitung des Audioguides • Derzeit keine Faltpakete zum Thema Haithabu/Danewerk als Welterbestätte • Offizielle UNESCO-Plakette auf dem Weg zu den Wikingerhäusern (Parkplatz zum Nordtor, Emblem UNESCO und Welterbekonvention), daneben zwei Schautafeln mit Informationen auf Deutsch, Dänisch und Englisch zu den Nominierungskriterien, einer Übersichtskarte und der Erhaltung und Forschung vor Ort, Zuständigkeit ALSH

	<ul style="list-style-type: none"> • Kennzeichnungs-Stelen mit QR Codes entlang des Weges Richtung Wikingerhäuser zum Thema Haithabu und Danewerk, Zuständigkeit Beschilderungsfolien ALSH (geplante Erneuerung im Winter 20/21), Zuständigkeit Trägersystem beim Haithabu und Danewerk e.V.
Online	<ul style="list-style-type: none"> • Homepage Wikingermuseum Haithabu: Welterbetitel auf Eingangsseite, unter dem Reiter „Museum“ befindet sich weiterer Reiter „Welterbe“, unter dem genauer auf die Bedeutung Haithabus und den Weg zum Welterbetitel eingegangen wird. Generelle Informationen zum Welterbe und der Konvention sind nicht vorhanden. • Erkundungsbögen für Schulklassen beinhalten das Welterbelogo. Der Entdeckerbogen II beinhaltet eine Aufgabe zur Welterbeplakette, die zum Lesen der dortigen Beschilderung auffordert.
<p><i>Danevirke Museum und Archäologischer Park (2019 ca. 25.000 Besucher:innen)</i></p>	
Personell	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Museumspädagogin (50%, begrenzt auf Projekt 2020/23) führt die gebuchten Schulveranstaltungen durch. Der Großteil der Schulgruppen ist dänisch. Das Schulprogramm zum Hauptthema Grenzen vermittelt die Geschichte des Danewerks als Verteidigung, Grenze und Verbindung von der Eisenzeit, über die Wikingerzeit, das Mittelalter und die deutsch-dänischen Kriege bis heute. Es wird auch eine Wanderung entlang des Danewerks nach Haithabu für Schulklassen angeboten. Das Welterbe wird im Rahmen dieser Angebote thematisiert. • Führungen werden nach Absprache auf Deutsch oder Dänisch angeboten und umfassen je nach Interesse den Archäologischen Park, die Danewerk-Ausstellung und die Minderheitenausstellung. Weitere Angebote umfassen u.a. eine Ziegenwanderung zur Thyraburg und eine Wanderung entlang des Danewerks nach Haithabu. Die Führungen werden von Museumsmitarbeiter:innen und freien Mitarbeiter:innen durchgeführt. Das Museum stellt diesen Kräften Informationen zum Danewerk und dem Welterbe zur Verfügung, sowohl schriftlich als auch im Rahmen von Fortbildungsveranstaltungen (z.B. der o.g. Gästeführer:innenfortbildung) • Als Aktionen werden über externe Mitarbeiter:innen Aktivitäten wie Bogenschießen und Thorshammer-Gießen angeboten, darüber hinaus gibt es Kunstaktionen entlang des Danewerks.
Medial vor Ort	<ul style="list-style-type: none"> • Großflächige, multimediale Ausstellungswand zum Thema Welterbe Haithabu und Danewerk im ersten Ausstellungsraum (Leihgabe und entworfen vom ALSH). Zielgruppe sind primär erwachsene Besucher:innen, die auf Deutsch und Dänisch informiert werden. Ein Begleitheft auf Englisch mit den Texten und Illustrationen der Ausstellungswand erscheint im Frühjahr 2021 • Flyer im Eingangsbereich, die den Welterbestatus erwähnen. Faltblatt zum Thema Haithabu und Danewerk als Welterbe existiert zurzeit nicht. Eine Neuauflage ist im Rahmen der Marketingkampagne geplant.

	<ul style="list-style-type: none"> • Veröffentlichung „Danewerk – Bauwerk der Superlative und Erbe der Welt“ mit Kapitel zum Welterbe (Fokus auf dänisch-deutsche Zusammenarbeit), erschienen auf Deutsch und Dänisch 2020. • Offizielle UNESCO Welterbeplakette im Archäologischen Park neben dem Tor zum Norden in temporärer Präsentation auf einem frei nachgebauten Bohlenweg • Informationstafeln im Park sind vor dem Welterbetitel aufgestellt worden und greifen das Thema noch nicht auf. Die geplante Beschilderung vom Tor liegt in der Zuständigkeit des ALSHs und wird in Zusammenhang mit der neuen Beschilderung entlang des gesamten Welterbes konzipiert.
<i>Online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Homepage: Erwähnung des Welterbetitels auf Eingangsseite, genauere Informationen zu dem außergewöhnlichen universellen Wert der Welterbestätte finden sich unter der Rubrik „Welterbe“. Weitere Informationen über die UNESCO und die Welterbekonvention sind derzeit nicht auf der Homepage, es wird aber auf die Homepage des Welterbezentrums verlinkt. Weitere Informationen sind nicht geplant, ggf. Verlinkung auf haithabu-danewerk.de • Link zum Thema „Das Danewerk – ein deutsches Welterbe“ auf Atlantbib, wo Schüler:innen das Thema Welterbe und Danewerk textlich für ihre Zielgruppe aufbereitet haben. Die Texte stehen auf Deutsch und Dänisch zur Verfügung und sind auch als Audiodateien abspielbar. Zielgruppe sind Klassenstufen 1-6. • Unterrichtsmaterialien zum Thema „Grenzland“, die in Kooperation mit verschiedenen dänischen Institutionen erarbeitet wurden (Sekundarstufen)
<p><i>Stadtmuseum Schleswig (2019 ca. 22.000 Besucher:innen)</i></p>	
<i>Personell</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Eine Museumspädagogin (50%) führt die Schulklassen- und Kindergartenaktionen durch. Welterbebezogene Themen werden derzeit noch nicht angeboten.
<i>Medial vor Ort</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ausstellung im Erdgeschoss, die auf Entwicklung und Archäologie von Haithabu und dem Danewerk eingeht, insbesondere in Verbindung mit der Entstehung der Stadt Schleswig. Die Welterbethematik ist bisher nicht eingebunden. • Geplant: Einarbeitung des Welterbethemas in die Ausstellung (in Zusammenarbeit mit dem ALSH). Möglichkeiten, Informationen zum Welterbe niederschwellig in die jetzige Ausstellung einzubauen, wären beispielsweise über eine weitere Schautafel links neben der Eingangstür, oder auch eingearbeitet in den Touch-Screen.

	<ul style="list-style-type: none"> • Geplant: Inwertsetzung des Nordwalls durch die Stadt Schleswig, mit fachlicher Unterstützung der OfS, des Projektmanagements Welterbe Haithabu und Danewerk des Kreises Schleswig-Flensburg und des ALSH.
<i>Online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Webseite informiert über die verschiedenen Gebäude und Ausstellungen. Der Welterbetitel wird bisher nicht erwähnt.
<i>Anmerkung</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Zurzeit wird die alte Buchdruckerei geräumt und in einen Aktionsraum umgewandelt, damit ein Raum für Schulklassen und Kindergartengruppen zur Verfügung steht. Das Stadtmuseum selbst ist von den Räumlichkeiten zu klein, um Schulklassen zu führen.
<p><i>Hollingstedt mit Hollinghuus</i> (geschätzte Besucher:innenzahl für 2019 über Schulhaus-Besucher:innen: 2.500)</p>	
<i>Personell</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 3 Personen führen ehrenamtlich bei Bedarf im Hollinghuus, Einbindung des Welterbethemas ist nicht bekannt • Wunsch nach geschulten Gästeführer:innen (Welterbe und Ausgrabungen in Hollingstedt), die als Reiseleiter:innen die Bus-Exkursionen vor Ort begleiten können
<i>Medial vor Ort</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Archäologische Ausstellung zum Ort und seiner Bedeutung als Nordseehafen Haithabus und Schleswigs im alten Gerätegebäude der Feuerwehr (geöffnet 8-18 Uhr über Schalter an der Tür, kostenfrei), inklusive Tafel mit Hinweis auf internationale Wikinger-Welterbestätten (Haithabu und Danewerk fehlt derzeit noch). Es gibt noch keine inhaltliche Einbindung des Welterbethemas. • Banner mit Logo an der Straße • Flyer zur Ausstellung im Hollinghuus, Schulmuseum und Danevirke Museum, ein Faltblatt zum Welterbe existiert bisher nicht • Beschilderter Wanderweg zum Thema Nordseehafen und Danewerk (bisher ohne Einbindung des Welterbetitels)
<i>Online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Ein eigenständiger Internetauftritt ist aufgrund des Arbeitsaufwandes und der Kosten nicht geplant • Verweise auf das Hollinghuus sind auf verschiedenen anderen Webseiten zwar vorhanden, aber ohne ausreichende touristische Informationen (Öffnungszeiten, Adresse, was gibt es zu sehen)
<p><i>Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein, Welterbebüro</i></p>	
<i>Personell</i>	<ul style="list-style-type: none"> • 2-3 Mitarbeiter:innen, Präsenzen auf Veranstaltungen und Tagungen, Vorträge auf Anfrage, Konzeption von Ausstellungen, Texten, Beschilderung und weiteren Vermittlungsangeboten
<i>Medial</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Infobroschüren zum Thema Welterbe Haithabu/Danewerk (vergriffen) • Wimmelbild für Haithabu und Danewerk in Zusammenarbeit mit Illustrator, um Zugang für kleinere Kinder zu gestalten (2020 erschienen)

	<ul style="list-style-type: none"> • Kleinere Materialien im Rahmen des Tags der Deutschen Einheit 2019, z.B. Welterbe-Memory • Geplant: Überarbeitung der Beschilderung entlang der Welterbestätte • Geplant: Überblicksbroschüre zum Welterbe auf Deutsch und Dänisch auf Basis der Informationen und Inhalte der Ausstellungswand im Danevirke Museum angelehnt an das englischsprachige Begleitheft (2021) • Geplant: Erstellung von hochauflösenden Laserscan-Basisdaten für das gesamte Welterbe als Ausgangspunkt für 3D-Modelle der Denkmale • Geplant: Veröffentlichung des Managementplans in einer Kurzfassung und einfacher Sprache (kulturelle Teilhabe)
<i>Online</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Auf der Plattform KuLaDig (Kultur.Landschaft.Digital) (https://www.kuladig.de/Objektansicht/KLD-271183) findet sich umfangreiches Kartenmaterial und Informationen zu den einzelnen Wallabschnitten, die 2017 vom ALSH veröffentlicht wurden. Auch der Welterbe Titel sowie der außergewöhnliche Wert der Stätte sind erwähnt. Eine Ergänzung um weitere Abschnitte und Point of Interests ist möglich. • Zusammenarbeit mit der International Heritage School in Berlin im Herbst 2019, um im Rahmen von Schulprojekten an grenzübergreifenden Welterbestätten Lehrmaterialien für den Unterricht zu erstellen. In Haithabu fand in diesem Zusammenhang ein Workshop mit drei deutschen und drei dänischen UNESCO-Schulen statt, die Schüler:innen haben innerhalb einiger Tage drei verschiedene Videos zu den drei Welterbe-Themen „Handel“, „Grenzen“ und „Archäologie“ produziert. Auf der Abschlusskonferenz des Projektes in Berlin wurden in einer Arbeitsgruppe von Lehrer:innen und Fachkräften des Welterbebüros Unterrichtsbögen erarbeitet, die künftig zur Verfügung stehen sollen. Sowohl der Vertreter der UNESCO Schule in Kappeln als auch der Vertreter der UNESCO Schule in Sonderborg sind sehr offen für weitere Projekte. • Zusammenarbeit des ALSH mit der A.P. Møller Skolen (fortlaufend) im naturwissenschaftlichen Projekt, dass den Befall und die Auswirkungen der Holzbohrrmuschel am Seesperrwerk untersucht. Die Ergebnisse der Schüler:innen werden auf der Webseite apmsnaturvidenskab.wordpress.com veröffentlicht.
<i>Haithabu und Danewerk e.V.</i>	
<i>Personell</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Pilotprojekt Gästeführer:innenfortbildung zum Thema Welterbestätte Haithabu und Danewerk in Kooperation mit dem Kreis Schleswig-Flensburg und dem ALSH.
<i>Medial vor Ort</i>	<ul style="list-style-type: none"> • Konzeptionierung eines Starterpaketes als modularer Baukasten mit Basisinformationen und Marketingmaterial zur einheitlichen und qualitativ hochwertigen Welterbevermittlung/-vermarktung und zur Verbesserung des

	<p>Informationszugangs über das Welterbe Haithabu und Danewerk für verschiedene Interessengruppen.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Geplant: Konzeptionierung und Umsetzung einer verbesserten Besucherlenkung im Archäologischen Park, auch unter Einsatz räumlicher Vermittlungsmaßnahmen • Geplant: Erneuerung der Beschilderung entlang der Denkmale in Zusammenarbeit und mit Unterstützung des ALSH
<p>Online</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Webseite zur Welterbestätte Haithabu/Danewerk (http://www.haithabu-danewerk.de/index.php/de/), die den Grenzkomplex und die archäologischen Ausgrabungen sowie die Flora und Fauna in den Gebieten erklärt und darstellt. Unter dem Reiter „UNESCO Weltkulturerbe“ wird der außergewöhnliche universelle Wert von Haithabu und dem Danewerk dargestellt und auf die einzelnen Schritte im Bewerbungsprozess eingegangen, gefolgt von Links zu weiterführenden Informationen. Es wird derzeit noch nicht auf die Welterbekonvention und deren Bedeutung eingegangen bzw. auf die Auswirkungen des Welterbetitels. Unter dem Reiter „Infoservice“ gibt es Zugang zu verschiedenen Apps und Wanderkarten. Die Webseite ist gleichzeitig die Vereinshomepage des Haithabu und Danewerk e.V. Geplant: Ein umfassender Relaunch der Webseite ist in Arbeit (Veröffentlichung ist für Februar 2021 vorgesehen). Zukünftig wird auf der Webseite zu den einzelnen Akteur:innen verlinkt und vice versa. • Radroute Welterbe: Der Verein, das Welterbebüro und die Ostseefjord Schlei GmbH (OFS) erarbeiten derzeit eine Fahrradrouten entlang des Grenzkomplexes. Die Radroute soll vor Ort beschildert werden und eine digitale Routenführung mit Highlights über Komoot verfügbar sein. Auch Wanderrouten sollen künftig integriert werden.
<p>Weiteres</p> <p>(Ostseefjord Schlei GmbH, AG Marketing, Freiraumkonzepte der Gemeinden etc.)</p>	
	<p>Audiodatei „Wikinger-Friesen-Weg“ für Radfahrer von der Gebietsgemeinschaft Grünes Binnenland e.V. beinhaltet drei- bis vierminütige Audioclips zu Hollingstedt, dem Grenzkomplex Danewerk, Haithabu und dem Leben der Wikinger. Welterbethematik ist aufgrund der früheren Konzeption des Radwanderwegs nicht eingebunden. Der Audioguide zeigt aber, wie man auf einfach zugängliche Weise die einzelnen Orte der Welterbestätte verbinden kann.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Von 2018 bis 2020 lief eine Marketingkampagne zur Wahrnehmung des Welterbetitels und zur Entwicklung der Welterbe-Region. Ab 2021 wird für 2 Jahre der Haithabu und Danewerk e.V. Träger des Marketings sein.

- | | |
|--|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> • Im Rahmen des Freiraumkonzeptes Danewerk wird das Welterbethema vermittlungstechnisch berücksichtigt, das Konzept befindet sich derzeit in der Planungsphase. |
|--|--|

Fazit

Die Bestandsanalyse zeigt, dass der Welterbetitel, der Weg dorthin und die Bedeutung Haithabus und des Danewerks an vielen Stellen bereits eingegliedert ist. Auch das Marketing-Logo, das für Haithabu und das Danewerk designt wurde, ist präsent. Es fehlt allerdings häufig die Verbindung zu der Welterbekonvention im Allgemeinen und der Brückenschlag zu der internationalen Ebene. Was ist Welterbe überhaupt, welchen Sinn hat die Welterbekonvention und in welcher Liga spielen Haithabu und das Danewerk nun mit?

Bisher waren die Angebote und Formate zudem auf viele verschiedene Akteur:innen (neben den Akteur:innen der AG Vermittlung auch solche der einzelnen Gemeinden und des Tourismus) verteilt und es fehlt ein einheitlicher Auftritt, der alle Angebote zusammenführt. Mit dem Relaunch der gemeinsamen Website für die Welterbestätte durch den Verein Haithabu und Danewerk e.V., mit der während der Erstellung des Konzeptes bereits begonnen wurde, wird dieser Bedarf aber gelöst werden. Generell zeigt sich, dass ein regelmäßiger Austausch und eine inhaltliche und konzeptionelle Zusammenarbeit der Akteur:innen bezüglich der Welterbethemen sinnvoll ist, um die Angebote einheitlich und übersichtlich zu gestalten.

Generell sind zahlreiche Vermittlungs- und Inwertsetzungsprojekte bereits in Planung oder es wurde bereits damit begonnen. Gleiches gilt für die Neuauflagen der Faltblätter oder der Entwicklung von Rad- und Wanderrouten. Bisher eher unterrepräsentiert sind hingegen partizipative Projekte entlang der einzelnen Orte.

Für die weitere Entwicklung von Formaten und Projekten muss außerdem berücksichtigt werden, dass nicht jeder Ort entlang der Welterbestätte für alle Vermittlungsformate geeignet ist. Während das Wikinger Museum Haithabu und das Danevirke Museum beispielsweise ein breites Angebot an Führungen und Workshops vor Ort nutzen können, fehlt im Stadtmuseum dafür bisher die notwendige Lokalität (auch diese ist jedoch in Planung). Hollingstedt hingegen hat wenig Kapazität für personelle Vermittlung und würde sich daher beispielsweise eher für digitale Formate anbieten. Die Gegebenheiten der Orte sind für eine einheitliche Planung von übergeordneten Angeboten mit einzubeziehen, um einerseits Ressourcen nicht zu überfordern, aber gleichzeitig Gelegenheiten zur Steigerung der Erlebbarkeit zu nutzen.

Weitere in der Bestandsanalyse aufgedeckte Bedarfe werden in dem Kapitel Bedarfsanalyse zusammengefasst.

2.5 Zielgruppen

Zielgruppenanalyse

Für die Konzeption der zukünftigen Bildungsangebote im Bereich Welterbe ist es zentral, zunächst die relevanten Zielgruppen zu eruieren. Eine zielgruppengerechte Ansprache kann nur funktionieren, wenn die Zielgruppen und ihre individuellen Bedürfnisse klar umrissen sind.

Zur Erforschung aktuell mit der Bildungsarbeit der Welterbeakteur:innen erreichter Zielgruppen wurden mit allen beteiligten Museen Interviews geführt und vorhandene Besucher:innendaten abgefragt. Die

Ergebnisse werden nachfolgend nach Institutionen geordnet angeführt und evaluiert. Außerdem wurde eine Umfrage an den Schulen Schleswig-Holsteins durchgeführt, die die Bedürfnisse der Zielgruppe Schulklassen und Lehrkräfte gezielt abfragte. Für welche vorhandenen, sowie für welche bisher nicht erreichten Zielgruppen („Nicht-Besucher:innen“) zusätzliche Angebote notwendig sind und wie diese ausgestaltet werden sollten, ist Ergebnis dieses Konzeptes und wird unten weiter ausgeführt.

Generell ist die Vermittlung der Welterbestätten an die Öffentlichkeit zentraler Bestandteil der UNESCO-Welterbe Charta. Bildung und Kommunikation, um ein Bewusstsein für schützenswerte Orte und Objekte in der Gesellschaft vor Ort zu generieren, kommen somit wichtige Rollen zu. Die Handreichung für Besucherzentren der DUK (Deutsche UNESCO Kommission, 2018) listet folgende Kernzielgruppen auf:

- Lokale Bevölkerung
- Politische Verantwortungsträger:innen
- Nationale und internationale Gäste
- Kinder und Familien
- Menschen mit Behinderungen
- Fachbesucher:innen

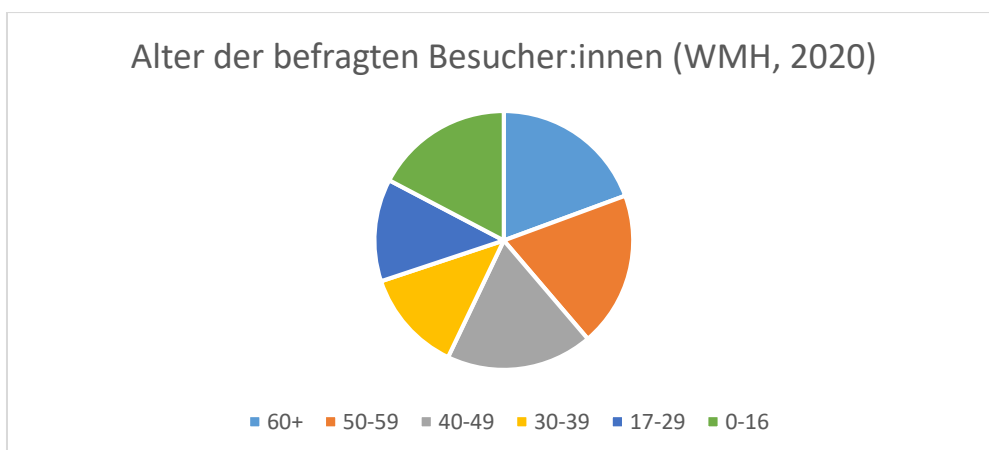
Im Folgenden werden die für das Welterbe Haithabu-Danewerk derzeit bestehenden Zielgruppen nach den einzelnen Museen aufgeschlüsselt näher betrachtet.

Wikinger Museum Haithabu

Das Wikinger Museum Haithabu, wie auch die gesamte Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen, betreibt derzeit keine flächendeckenden Erhebungen von Besucherdaten. Die Zielgruppen, die zurzeit ins Museum kommen und die man mit den Bildungsangeboten ansprechen möchte, sind durch Erfahrungswerte jedoch relativ gut bekannt. Absolute Besuchszahlen liegen vor und betragen für Haithabu in 2019 177.796 Besuche im Jahr. Nach einem schwächeren 2017 mit 99.194 Besuchen aufgrund von Umbau- bzw. Sanierungsmaßnahmen, gingen die Besuchszahlen in 2018 deutlich nach oben. In diesem Jahr gab es 161.820 Besuche. Neben einem deutlichen Anstieg nach Wiedereröffnung der Ausstellung im Mai sind auch besonders starke Monate im Sommer zu verzeichnen: 40.487 Besuche im Juli und 33.351 im August. Hier könnte sich bereits ein Welterbeeffekt abzeichnen. Daneben gibt es Aufzeichnungen zu topografischer Herkunft (Bundesland, Land) und Schulform von Gruppen-/Schulklassenbuchungen. Hier zeigen sich Peaks bei Gymnasien, Gesamtschulen, Grundschulen und regional für die Bundesländer Schleswig-Holstein, Hamburg, Niedersachsen und in geringerem Maße Hessen und NRW. Die Herkunft der deutschen Besucher:innen bestätigt sich auch durch die Auswertung der Besucher:innenumfrage im vorangegangenen Kapitel. Die bei weitem häufigsten internationalen Gäste sind Dänen (86%).



Die Auswertung der Besucher:innenumfrage (siehe Kapitel Besucher:innenumfrage weiter unten) zeigt eine starke Vertretung aller Altersgruppen, mit einem Fokus auf Familien mit Kindern¹



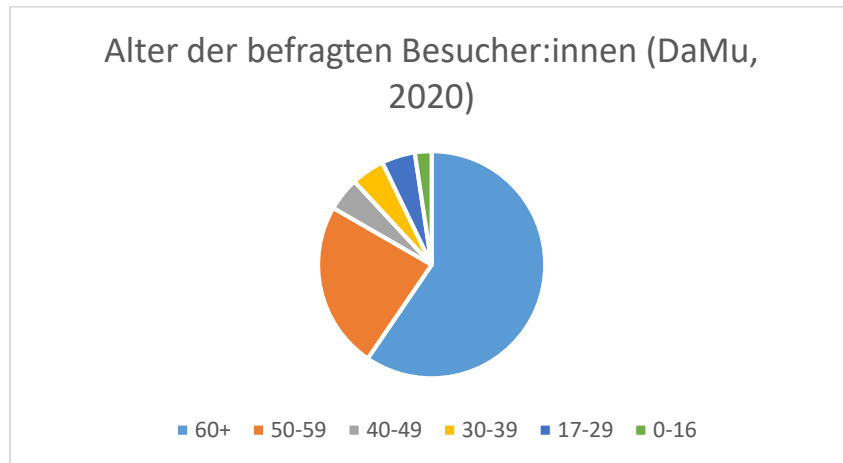
Schulklassen, Familien aber auch Individualbesucher:innen und Reisegruppen gehören zu den Hauptzielgruppen. Erfahrungsgemäß werden die Schulklassenangebote vor allem von Schüler:innen der Klassenstufen 4 und 5 wahrgenommen.

Danevirke Museum

Das Danevirke Museum hat rund 20.000 Besucher:innen pro Jahr. Davon nehmen gut 2.000 an einem geführten Gruppenangebot, meistens als Schulklasse, teil. Der Großteil der Besucher:innen kommt aus Dänemark. Basierend auf der Besucher:innenumfrage kamen bei 41 Besucher:innen 13 aus Deutschland, davon 5 aus Schleswig-Holstein. Ebenfalls basierend auf der Besucher:innenumfrage und bestätigt durch die Erfahrung der Museumsleitung ist ein Großteil der Besucher:innen über 60 Jahre alt, wobei berücksichtigt werden muss, dass die Besucherumfrage zu Randzeiten im Pandemiejahr stattfand. Ca. 11% der Besucher 2020 waren Kinder unter 16 mit ihren Familien. Für den

¹ Bei der Lesart der Altersgruppen muss beachtet werden, dass pro Familie oft nur ein Fragebogen ausgefüllt wurde, das Alter also ggf. höher ist, die Person aber trotzdem angekreuzt hat, mit der Familie vor Ort zu sein. Die Anzahl der jüngeren Altersgruppen ist folglich noch höher einzuschätzen.

Archäologischen Park sind keine Daten vorhanden, es ist aber anzunehmen, dass die Besucheranzahl höher ist als in der Ausstellung, da auch viele Anwohner den Park nutzen. Zusammenfassend hat das Danevirke Museum bisher ein anderes Kernklientel als das Wikinger Museum Haithabu. Zukünftig wäre eine Erschließung weiterer Besucher:innengruppen denkbar, darunter Gruppenreisen/Touristen (nicht nur aus Dänemark) und Schleswig-Holsteiner:innen.



Stadtmuseum Schleswig

Das Stadtmuseum Schleswig behandelt die Regionalgeschichte der Stadt Schleswig nach Aufgabe des Standorts Haithabu im 11. Jahrhundert. Es sind volkskundliche Ausstellungsteile vertreten, Sonderausstellungen sowie das Teddybärhaus. Als Museum der Stadt hat das Haus einen engen Bezug zu den Menschen vor Ort. Die Besuchszahlen für 2019 belaufen sich auf ca. 22.000. Eine Aufschlüsselung nach Alter oder Herkunft liegt zurzeit nicht vor, aber als im Stadtteil verankertes Museum mit wechselnden Sonderausstellungen zählen Schleswiger Anwohner:innen, Schulen und Kitas sowie Familien zu den Hauptzielgruppen.

Hollinghuus

Das Hollinghuus dient vor allem zur Information der Bevölkerung vor Ort, es bietet Funde und Zeichnungen, um die Bedeutung des Ortes an der Treene zu veranschaulichen. Hollingstedt war der Nordseehafen von Haithabu.

Da im Hollinghuus keine Besucher:innen erfasst werden, weil der Eintritt frei ist, können keine genauen Besuchszahlen aufgelistet werden. Erfahrungsgemäß schauen sich aber die Besucher:innen des direkt nebenan liegenden Schulmuseums auch die Ausstellung im Hollinghuus an. Für das Schulmuseum wurden ca. 2.500 Besucher:innen für 2019 verzeichnet. Zusätzlich gibt es Bustourismus, allerdings oft ohne Führung bzw. mit eigenen Guides auf dem Bus. In Hollingstedt gibt es generell Individualtouristen bzw. Paare, die die Ruhe und die Nähe sowohl zur Nord- als auch zur Ostsee bevorzugen und überwiegend Tagesausflüge machen. Sport spielt eine Rolle für die Gäste, z.B. Paddeln, Radfahren oder (Watt)Wandern. Sie gehören weitgehend zur Altersgruppe 50+ aber es kommen auch Familien z.B. für Urlaub auf dem Bauernhof.

Tourismus: Ostseefjord Schlei

Aufschluss über generelle Besuchsstrukturen in der Region geben Daten der lokalen Touristiker, wie der Ostseefjord Schlei (OfS) GmbH. Eine große Rolle spielen Naturtourismus und Nachhaltigkeit, Erholung und Entschleunigung, aber auch sportliche Aktivitäten, z.B. auf der Schlei. Kulturtourismus spielt bisher quantitativ eine eher untergeordnete Rolle.

Die Kernzielgruppen sind vor allem genussorientierte Best-Ager, oft Stammgäste, aber – in geringerem Umfang – auch Familien. In den von Ostesefjord-Schlei zuletzt 2017 und (geplant) in 2021 durchgeführten großangelegten Gästebefragungen werden folgende Besucher:innentypen unterschieden:

- Natururlauber:innen
- Familienurlauber:innen
- Entschleuniger
- Neugierige
- Städtereisende

Aus Zielgruppenanalyse Welterbe (2010):

- Entdecker:innen, Sammler:innen, Kenner:innen, Stolperer
- Tagesausflügler:innen
- Aktivtouristen

Es handelt sich dabei um Personen, die aufgrund der Datenerhebungen erstellt wurden und auf die die Angebote im Tourismus künftig zugeschnitten werden. Zusätzlich wird nach Erstbesucher:innen und Stammgästen unterschieden. Das größte Wachstumspotenzial sieht die OfS gerade im Kulturtourismus und bezogen auf das Welterbe bei den „Stolperer:innen“, die in der Region Urlaub machen und eher zufällig auf die Welterbestätten stoßen. Wünschenswert wäre aus Sicht des Tourismus zusätzlich eine Steigerung der Übernachtungszahlen. Allerdings bestehen gerade für größere touristische Gruppen kaum Kapazitäten in der Nähe der Welterbestätten. Die Besetzung des Themas Wikinger durch qualitätsvolle Angebote und im Marketing spielt eine zentrale Rolle. Hier treffen sich Vermittlungsarbeit und Tourismusmarketing thematisch.

Fazit

Für die zukünftige Bildungsarbeit ist eine detailliertere Erfassung und Auswertung der erreichten Zielgruppen wünschenswert. Eine elektronische Abfrage von räumlicher Herkunft, Alter, Schulform/Institution o.ä. und gebuchtem Programm kann Aufschluss über topgrafische oder thematische Schwerpunkte, dominierende Altersgruppen und ihre Interessen geben. Bisher wurden diese Daten in keiner der Institutionen systematisch erfasst. Freiwilligkeit der Datenangabe und Datenschutz sind dabei wichtige zu beachtende Aspekte. Zielgruppenanalysen sind auf dieser Basis fortlaufende Aufgaben für die Bildungsarbeit am Welterbe. Möglicherweise können hier Standards und Verfahren etabliert werden, die, nicht nur auf das Welterbe bezogen, den Institutionen für Monitoring, Marketing und Qualitätssicherung dienen, z.B. mit zusätzlicher Zufriedenheitsabfrage durch Feedbackbögen. (s. Kapitel Evaluation)

Außerdem ist zu überlegen, welche Gruppen bisher zu den Nicht-Besucher:innen, den nicht Erreichten zählen und wie man diese identifizieren und gezielt ansprechen kann. Ist es wünschenswert, bisher nicht erreichte Gruppen stärker anzusprechen und wenn ja, welche? Die Evaluation der vorhandenen Daten lässt Lücken im Angebot für relevante Zielgruppen erkennen, darunter vor allem Jugendliche und jüngere Erwachsene, Menschen mit Behinderung/mit besonderen Bedürfnissen sowie sozial Benachteiligte und Zuwanderer. Auch internationale Besucher:innen, die durch die Verleihung des Welterbetitels vermehrt auf die Stätte aufmerksam gemacht werden sollten, wären als zukünftige Zielgruppen zu bedenken. Diese Gruppen stärker bzw. überhaupt mit in den Blick zu nehmen ist ein Auftrag zukünftiger Angebotsgestaltung.

Besucher:innenumfrage

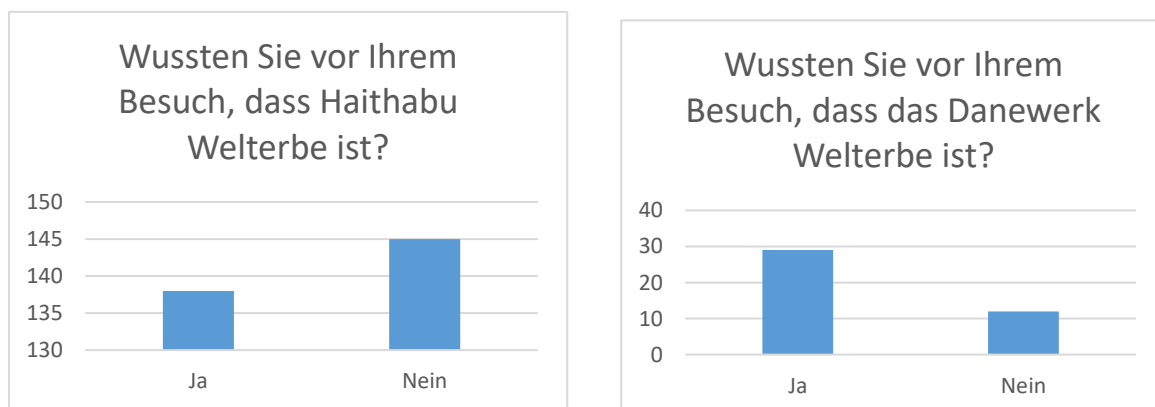
Im Rahmen der Evaluation der Ist-Situation wurde an den beiden Standorten der Hauptvermittlungsakteur:innen – dem Wikinger Museum Haithabu und dem Danevirke Museum – eine Besucher:innenumfrage in Form von Fragebögen durchgeführt, die neben grundlegenden Informationen über die Ausgangssituation des Besuchs Aufschluss über das Vorwissen, die Bedürfnisse und die Erwartungshaltung der Besucher:innen bezüglich der Welterbestätte geben sollte. Aufgrund der das Jahr 2020 anhaltenden Pandemie konnte die Umfrage jedoch nur in sehr kleinem Rahmen durchgeführt werden und ist daher nur bedingt repräsentativ.

Im WMH lagen die Fragebögen im Eingangsbereich in deutscher und englischer Sprache aus. Die Umfrage lief von Februar 2020 bis September 2020, war aber zwischendurch aufgrund der coronabedingten Schließung des Museums unterbrochen. Insgesamt wurden 289 Umfragebögen ausgewertet. Im Danevirke Museum konnten die Fragebögen (in deutscher und dänischer Sprache) aufgrund der coronabedingten Hygienemaßnahmen nicht ausgelegt werden, stattdessen fand das Ausfüllen der Bögen in Form einer persönlichen Besucher:innenbefragung statt. Es wurden 41 Fragebögen ausgewertet.

Bezüglich der Ausgangssituation der Besucher:innen zeichneten sich bei der Umfrage recht klare Erkenntnisse für beide Museen ab. Denen zufolge ist es für den Großteil der Befragten der erste Besuch der Stätte. Die Mehrheit reist mit dem Auto an, einige weniger bisher mit dem Fahrrad.

Von der Alterszusammensetzung der Besucher:innen und deren Begleitung unterscheiden sich das DAMU und das WMH. Während im WMH die Altersgruppen sehr gemischt sind, gibt es im DAMU eine Tendenz zu der Altersgruppe 60+. Dies spiegelt sich auch in der Zusammensetzung der Gäste wieder. Während im WMH ein hoher Prozentsatz angibt, das Museum zusammen mit der Familie und Kindern zu besuchen, war ein Großteil der Befragten im DAMU mit Lebenspartner:innen bzw. Freund:innen dort.

Im Bereich der Welterbe-Erwartungen stellte die Umfrage fest, dass die Mehrheit der Befragten in Haithabu nicht wusste, dass Haithabu und das Danewerk eine Welterbestätte sind, wohingegen der Welterbetitel bei Besuchern des DAMU bekannter ist:



Von den Befragten, die von dem Titel wussten, gaben nur wenige an, dass dieses Vorwissen ausschlaggebend für den Besuch war.

Bekannt ist der Welterbetitel hauptsächlich durch die Medien, sei es durch das Fernsehen, Zeitungen oder das Internet. Neben Büchern inklusive Reiseführern spielt aber auch das familiäre Umfeld eine große Rolle, ebenso wie die lokalen Gegebenheiten wie Prospekte, Touristeninfos und die Informationen durch die lokale Bevölkerung.

Während die Mehrheit der Befragten neben dem Museum auch das daran angrenzende Areal besucht (in Haithabu die rekonstruierten Wikinger Häuser und im DAMU den Archäologischen Park), geben über die Hälfte der Besucher (53% für das DAMU und 70% für das WMH) an, dass sie abgesehen davon keine weiteren Orte entlang der Welterbestätte besuchen. Von dieser Mehrheit haben wiederum 52% im WMH und 48% im DAMU explizit angegeben, dass sie nichts von weiteren Orten entlang der Welterbestätte wussten. Zur Auswahl an weiteren Orten standen für das WMH die Wall- und Grabenanlagen, das Danevirke Museum, Hollingstedt mit dem Hollinghuus und andere. Für die Befragten beim DAMU standen die Wallanlagen, Hollingstedt mit dem Hollinghuus, das Wikinger Museum Haithabu und die rekonstruierten Wikinger Häuser Haithabu zur Auswahl.

Nur wenige Besucher:innen im WMH besuchen während ihres Aufenthaltes auch das Danevirke Museum, und von denen, die es tun, sind ein Drittel Dänen. Im DAMU verhält es sich anders, dort fährt die Mehrheit der Gäste, die auch andere Orte besuchen, auch in das WMH bzw. zu den rekonstruierten Wikingerhäusern.

Die Frage, ob die Erwartungen an den Ort als Welterbestätte erfüllt wurden, wurden mehrheitlich positiv bzw. sehr positiv beantwortet.

Der dritte Bereich der Umfrage umfasste offene Fragen, mit denen der Wissensstand der Besucher:innen bezüglich der Welterbe-Thematik eingeschätzt werden sollte. Die Antworten wurden in der Auswertung geclustert. Bei der Abfrage der generellen Assoziationen mit dem Begriff Welterbe wurden als Hauptkategorien Kultur/Kulturstätte, Schutz/erhaltenswert, Geschichte/Vergangenheit und bedeutsam/wichtig identifiziert, gefolgt von selten/außergewöhnlich, Menschheitsgeschichte und weltweite Bedeutung. Relevante Unterschiede zwischen den beiden Museen gab es bei diesem Thema nicht.

Bei der Begründung, warum Haithabu bzw. das Danewerk Welterbe geworden ist, fielen die meisten Antworten im WMH in die Kategorien Wikinger, geschichtliche Zeugnisse/Funde, Handel/Knotenpunkt der Kulturen und die geschichtliche Bedeutung. Auch die Geschichte der Menschheit, der Wert für Bildung und Lernen, die Einzigartigkeit und die Regionalentwicklung wurden mehrfach genannt. Im DAMU wurden mehrfach das Alter, die geschichtliche Bedeutung, die Wikinger, aber auch das Thema Grenzen und Dänemark genannt.

Als letzter Schritt wurden die freien Antworten aus den Bereichen „Anregung/Kritik“ und „**Wünsche an den Ort als Welterbestätte**“ geclustert. Im WMH wurden folgende Hauptpunkte identifiziert:

- Wunsch nach mehr Interaktivität und Angeboten für Kinder
- Verbesserte Schriftgestaltung in der Ausstellung (schwierige Lesbarkeit für Sehschwache) und Bereitstellung von Tritthockern für Besucher:innen, die nicht von oben auf die Vitrinen schauen können
- Mehr Informationen auf Englisch
- WiFi, vor allem in Zusammenhang mit der coronabedingten Online-Registrierung und einem möglichen Download des Audioguides
- Verbesserte Informationen und Schilder für gehschwache Besucher:innen, besserer Zugang zu den Häusern

Im DAMU wurden entsprechend der freien Antworten folgende Hauptpunkte identifiziert:

- Mehr Chronologie in der Ausstellung
- Kenntlichmachung des Tors im Archäologischen Park
- Mehr Sitzmöglichkeiten im Archäologischen Park
- Wunsch nach mehr Material für Kinder

- Verbesserung der Angebote für Radfahrer (Ladestation E-Bikes, Fahrradflyer, verbesserte Ausschilderung entlang der Radwege)

Fazit

Zusammenfassend ergeben sich mehrere Erkenntnisse aus der Besucher:innenumfrage, die zukünftig im Bildungs- und Vermittlungsbereich eine Rolle spielen sollten:

- Der Welterbetitel ist der Mehrheit der Besucher:innen noch nicht bekannt, und für viele ist er nicht ausschlaggebend für den Besuch. Entgegen dieser Erkenntnis lassen sich jedoch schon steigende Besuchszahlen seit Verleihung des Titels erkennen. Die Verankerung dieses Wissens liegt zukünftig zu einem großen Teil im Marketing, generell sollte aber auch für Vermittlungs- und Bildungsangebote berücksichtigt werden, dass das Bewusstsein bzgl. des Welterbetitels steigerungsfähig ist.
- Die lokale Bevölkerung spielt einen nicht unwesentlichen Teil in der Bewerbung der Welterbestätte bei Touristen. Eine positive Identifikation und ein Grundlagenwissen bezüglich der Welterbestätte sollte daher innerhalb der Gemeinden und der Tourismusanbieter gefördert werden.
- Vielen Gästen ist nicht bewusst, dass neben dem besuchten Museum noch andere Museen oder Orte entlang der Welterbestätte zu erkunden sind. Eine Bewerbung und Vermittlung der Welterbestätte in ihrer Gesamtheit sollte zukünftig verstärkt angestrebt werden. Vor allem die Besucher:innenlenkung zwischen dem WMH und dem DAMU ist derzeit noch ungleichmäßig
- Viele Besucher:innen wissen um die kulturelle Bedeutung von Welterbe, wohingegen kaum ein:e Befragte:e den Rahmen der UNESCO oder Weltnaturerbe assoziiert hat. Eine Vermittlung der internationalen Rahmenbedingungen und der Bezug zu anderen internationalen Welterbestätten ist an geeigneter Stelle empfehlenswert.
- In Bezug auf den außergewöhnlichen Wert der Welterbestätte waren sich einige Besucher:innen der Bedeutung der archäologischen Funde, des Handels und der Lage (und der sich daraus ergebenden Regionalentwicklung) bewusst. Das Thema Grenze war kaum vertreten. Statistisch gesehen handelt es sich aber bei allen Clustern bei der Frage, warum Haithabu und das Danewerk Welterbe sind, um maximal 5% der Gesamtbefragten. In der Vermittlung des inhaltlichen Wertes, gerade in Hinblick auf den internationalen Vergleich, gibt es folglich noch hohes Potential.
- In den Anregungen kam häufig der Wunsch nach mehr Interaktivität und Angeboten für Kinder auf. In Zusammenspiel mit der Besucher:innenzusammensetzung (ein Großteil der Gäste im WMH kommt mit Familie) ist dies ein Punkt, der für zukünftige Vermittlungsformate berücksichtigt werden sollte.
- Ebenfalls auf den Anregungen basierend stellt sich die Notwendigkeit, zukünftig der Barrierefreiheit der Welterbestätte ein verstärktes Augenmerk zu geben. Die angesprochenen Aspekte wie Sehschwäche und Geheinschränkungen sind Barrieren, die vermehrt in den Hauptbesuchergruppen vorkommen (Besucher über 60, aber im Bereich der Geheinschränkungen ggf. auch Familien mit Kinderwagen).

Schulumfrage

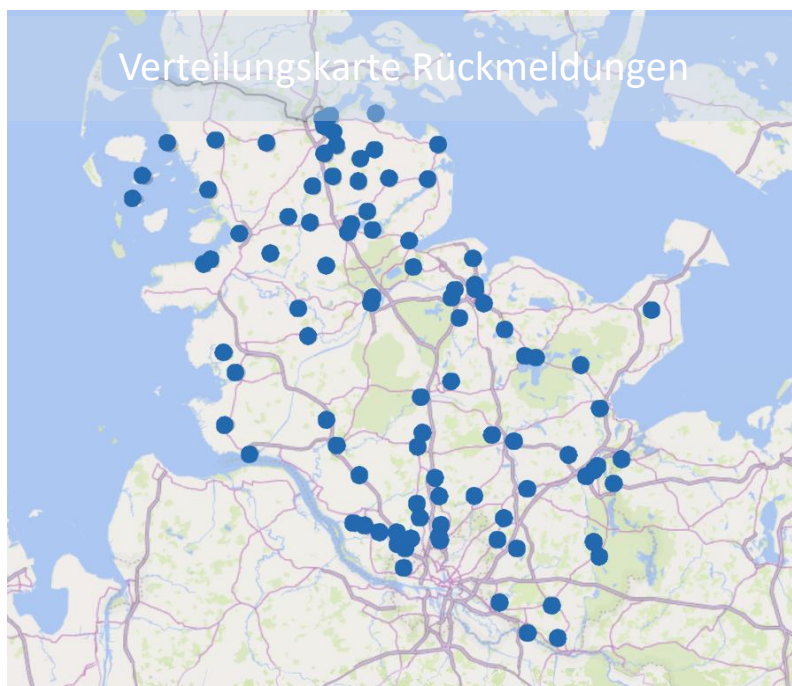
Vom 03.06. bis zum 18.10.2020 wurde eine groß angelegte Umfrage an Schleswig-Holsteiner Schulen zum Thema Welterbe und zu den Bildungsbedarfen der Schulen durchgeführt. Es wurden in drei Mailings ca. 850 allgemeinbildende und Berufsschulen angeschrieben (inkl. einiger regionaler Kitas). 178 Teilnehmer:innen beantworteten die Umfrage. Die Rücklaufquote lag also bei rund 20%. Angesichts der

schwierigen Rahmenbedingungen aufgrund der Corona-Pandemie und der damit verbundenen Belastungssituation der Schulen ist das Ergebnis sehr positiv zu bewerten und spiegelt das große Interesse an der Welterbestätte und ihren Themen wieder.

Die Umfrage war so konzipiert, dass sie neben den Basis-Daten zu Schulform, Lage, Klassenstufe und unterrichteten Fächern vor allem die Relevanz der Welterbestätte und ihrer Themen für die Schulen und die daraus resultierenden Vermittlungs- und Buchungspotentiale abfragte. Die Bekanntheit der Stätte und die Relevanz des Welterbetitels für einen Besuch waren weitere zentrale Faktoren. Zusätzlich wurden präferierte Vermittlungsformate und Materialien mit Fokus auch auf digitale Vermittlung abgefragt. Ziel war es, so ein umfassendes Bild der Bedarfe der Schulen, strukturiert nach Fach, Klassenstufe und gewünschter Vermittlungsform zu gewinnen. Im Folgenden werden einige Fragen exemplarisch ausgewertet. Die volle Auswertung der Umfrage, sowie die Rohdaten liegen bei der Stiftung Landesmuseen zur Einsicht für die Akteur:innen der AG Vermittlung und Bildung vor.

Unter den antwortenden Schulen waren zu fast 55% Grundschulen. Hier besteht derzeit anscheinend das größte Interesse an den Themenfeldern der Welterbestätte. Gemeinschaftsschulen sind mit 26%, Gymnasien mit rund 8% vertreten. Dies deckt sich mit den Erfahrungen aus den Buchungen von Schulklassen am WMH.

Postleitzahlenauswertung:

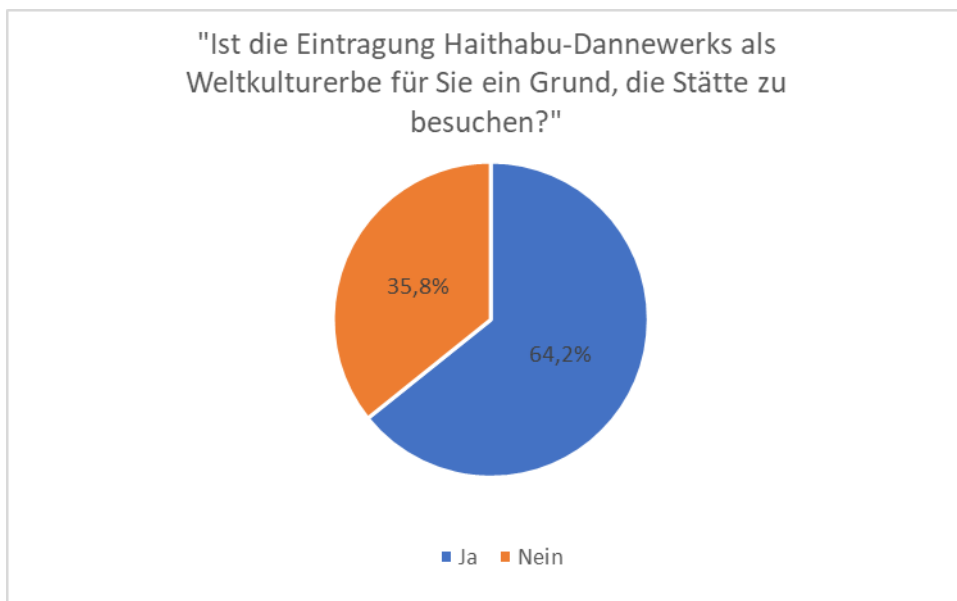


Die Verteilung der angegebenen Postleitzahlen der Schulen zeigen Ballungen entlang der Elbe und nordwestlich von Hamburg sowie rund um die Städte Lübeck, Kiel, Schleswig und Flensburg. Die Gesamtverteilung zeigt, dass die Relevanz der Stätte im gesamten schleswig-holsteinischen Bereich präsent ist. Ländliche Regionen des Bundeslandes fallen leicht ab.

Die Lehrkräfte wurden befragt, welche Klassenstufen sie unterrichten. Hier ist die Grundschule, vor allem die Jahrgänge 3 und 4, stark vertreten. In Sekundarstufe I gibt es Peaks bei Klasse 7 und 9. Sekundarstufe II ist dagegen kaum vertreten.

Es wurden einige Schulfächer als Multiple Choice vorgegeben, es gab allerdings zusätzliche Freitextfelder, um abzufragen, welche Fächer die interessierten Lehrkräfte insgesamt unterrichten. Bei den vorgegebenen Fächern dominieren klar Deutsch (76%) und Geschichte (37%). In der Gesamtverteilung aller Angaben sehen wir Sprachen (27%), Sachkunde (22%) und Gesellschaftswissenschaften (17%) an der Spitze. Beachtlich ist aber auch das Interesse der MINT-Lehrkräfte mit 15%. Im Schnitt scheint jede Lehrkraft drei verschiedene Fächer zu unterrichten.

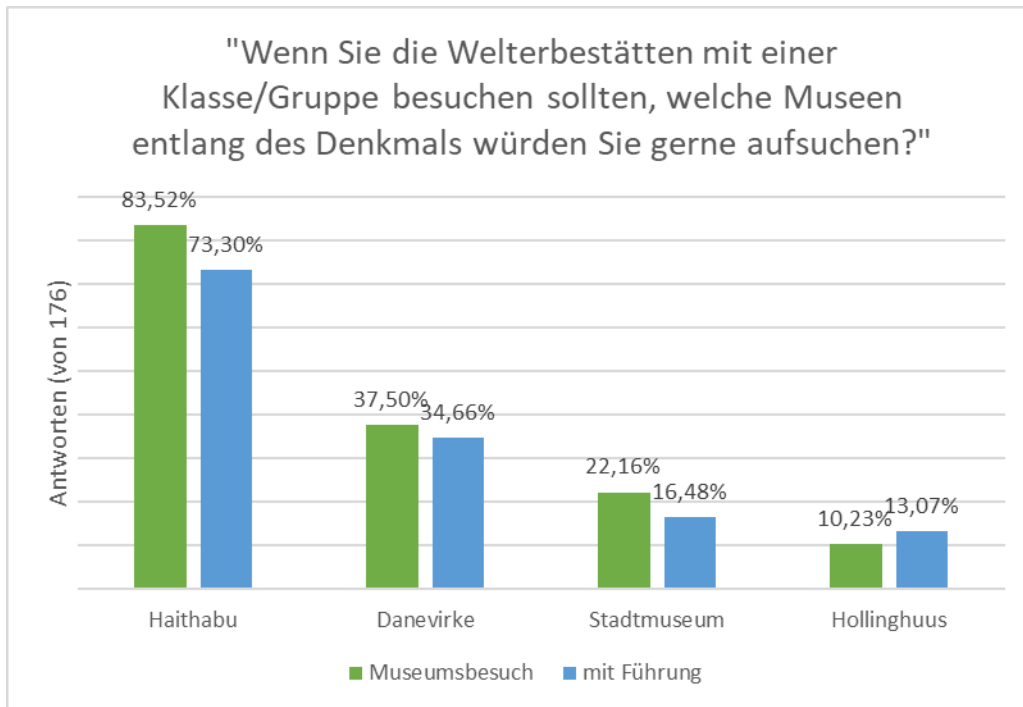
Für 64% ist der Welterbetitel ein Grund, die Stätte zu besuchen. Das steht im großen Kontrast zu den Besucher:innenumfragen an den Museen. Hier war der Welterbestatus nicht ausschlaggebend für den Besuch. Bei den Lehrkräften zeigt sich bereits eine Art Leuchtturmwirkung von Welterbestätten als besonderen außerschulischen Lernorten. Sie werden als besonders relevante Bildungsorte wahrgenommen. Diesem Anspruch ist in der weiteren Arbeit Rechnung zu tragen.



In der Befragung wurden sechs zentrale Kernthemen der Welterbestätte benannt: (Welt-)Kulturerbe, Archäologie, Wikinger, Handel und Handelsorte, Grenzen/Ethnien/Nationen und Deutsch-Dänische Geschichte und Kultur. Die Befragten sollten die Relevanz der Themen für ihren Unterricht nach Altersgruppen bewerten. Die abgefragten Kernthemen der Welterbestätte sind vor allem für Grundschulen, mit starkem Fokus auf das Wikingerthema, und Sekundarstufe I relevant. Hier gilt es, zielgruppengerechte Angebote für die jeweiligen Klassenstufen zu gestalten und diese zusätzlich mit den Lehrplänen abzugleichen. Weltkulturerbe selbst als Unterrichtsinhalt erscheint bisher wenig repräsentiert.

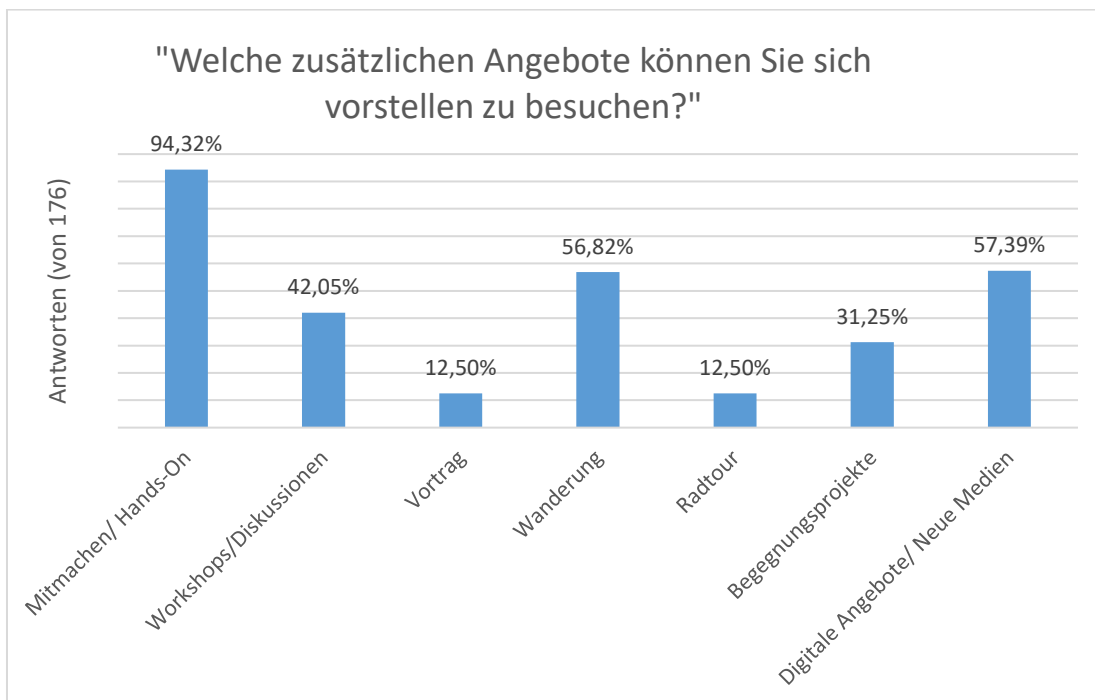
Besucher:innenwünsche – Buchung und Angebote:

83,5% der Befragten würden das WMH und 37,5% das Danevirke Museum besuchen wollen. Führungen durch das Museumspersonal als Fachleute und Expert:innen sind beinahe so gefragt wie der Besuch selbst. Hier zeigt sich, dass an der Relevanz und Bekanntheit des Danevirke Museums im regionalen Bereich noch gearbeitet und das Profil als Lernort auch für deutsche Schulen geschärft werden kann. Stadtmuseum und Hollinghuus spielen bisher eine untergeordnete Rolle als Lernorte, auch sie können sich über das Welterbethema weiter profilieren.



Zusatzangebote:

Neben Museumsbesuchen und Führungen wurde auch erhoben, welche Zusatzangebote von Interesse sind. An zusätzlichen Angeboten bieten Mitmachaktionen (93,3%), Digitale Medien (56,7%) und Wanderungen (56,2%) das größte Potential. Diese können Museumsbesuche sinnvoll ergänzen. Zum Teil bestehen solche Angebote bereits, die Nachfrage rechtfertigt aber durchaus eine Erweiterung um zusätzliche Formate.



Digitale Medien:

Angesichts der veränderten Lehrbedingungen durch die Corona Pandemie und die beschleunigt verlaufende Digitalisierung, wurde der Bedarf im Bereich digitale Medien präzisiert und aufgeschlüsselt abgefragt. Präferierte digitale Medien sind Filme (73,1%), Apps (55%), Internetseiten, Audio, VR/AR und Animationen (alle um 40%). Lehrfilme haben die größte Relevanz. Gleichzeitig zeigt sich aber eine Aufgeschlossenheit für moderne digitale Formate, woraus sich durchaus ein Markt für diese ergibt. Formate wie Podcast und Social Media spielen für die Befragten kaum eine Rolle. Ab Sek. I wird jedoch Social Media im Alltag der Schüler:innen relevant, hier gilt es Potentiale noch besser auszuloten. Auch bieten diese Formate großes partizipatives Potential und sind mit einfachen Mitteln von den Schüler:innen selbst zu gestalten.

Outreach und Materialien:

Das Interesse an Lehrmaterialien zur Bearbeitung des Themas an den Schulen ist groß. 89% würden diese gern einsetzen. Daraus ergibt sich ein konkreter Arbeitsauftrag an die Welterbebildung. Eine Abstimmung mit Lehrkräften, den Lehrplänen und Fachanforderungen sowie ggf. gemeinsame modellhafte, partizipative Erarbeitung und Erprobung der Materialien mit den Zielgruppen sind gefragt.

Material zur Verwendung in der Schule sollte vor allem Arbeitsblätter (91,3%), Bild- (83,8%) und Filmmaterial (80,6%) sowie Spiele (71,9%) umfassen.

Bei den Outreach-Formaten werden hauptsächlich Unterrichtseinheiten (71,1%), Projektwochen (61,9%) und Fortbildungen für Lehrkräfte (57,7%) gewünscht.

Fazit

Die Beteiligung an der Umfrage und das Interesse an der Welterbestätte sind groß. Für Lehrkräfte ist der Welterbestatus ein klares Argument, um die Stätte aufzusuchen. Es gibt daher großes Potential den Anteil an Besuchen durch Schulklassen aus ganz Schleswig-Holstein zu heben.

Wie erwartet liegt der Schwerpunkt derzeit bei den jüngeren Jahrgängen. Um auch die Sekundarstufe II anzusprechen, gilt es die Angebote entsprechend auszubauen. Fachlich sind vor allem Deutsch-, Geschichts- und Sachkunde-Lehrkräfte vertreten, aber es gibt auch Möglichkeiten, die MINT-Fächer einzubeziehen. Der thematische Fokus liegt derzeit klar auf dem Wikingerthema für die 2. Hälfte Grundschule und Beobachtungsstufe. Das Welterbethema selbst, Handel, Grenze und Archäologie sind bisher von nachrangigem Interesse. Das gilt es durch eine enge Anbindung neuer Angebote an den Lehrplan zu optimieren. Das Interesse an und die Bekanntheit des Danevirke Museums sowie des Stadtmuseums und Hollinghuus als Teil der Welterbestätte und außerschulische Lernorte nicht nur für regionale Schulen sollten zukünftig gestärkt werden.

Interaktive und sportliche Angebote, wie Wanderungen sowie digitale Medien, darunter besonders Videos und Apps, erfreuen sich großer Beliebtheit. Gerade mit Blick auf die derzeitigen Entwicklungen hin zu einem digitalisierten Unterricht, sollte besonderes Augenmerk auf digitale, mediale Vermittlung gelegt werden. So lassen sich z.B. Unterrichtseinheiten und Lehrer:innenfortbildungen auch sehr gut als Videokonferenzformate durchführen und passen so zu den veränderten Bedürfnissen der Schulen, gerade auch in einem Flächenland wie Schleswig-Holstein. Auch bietet der digitale Bereich große Potentiale für Partizipation und interaktive Vermittlung, da die Schüler:innen mit den neuen Medien gut vertraut sind und dafür eigene Inhalte gestalten können. Hier sollte man mehr auf die interaktiven Potentiale von Social Media, Podcast und Video hinweisen, die von Schüler:innen selbst gestaltet werden können und neben Wissensvermittlung zum Welterbe auch die Medienkompetenz schulen. Ein

Austausch ohne physische Begegnung, auch überregional und international, wird ebenfalls durch die Digitalisierung erleichtert.

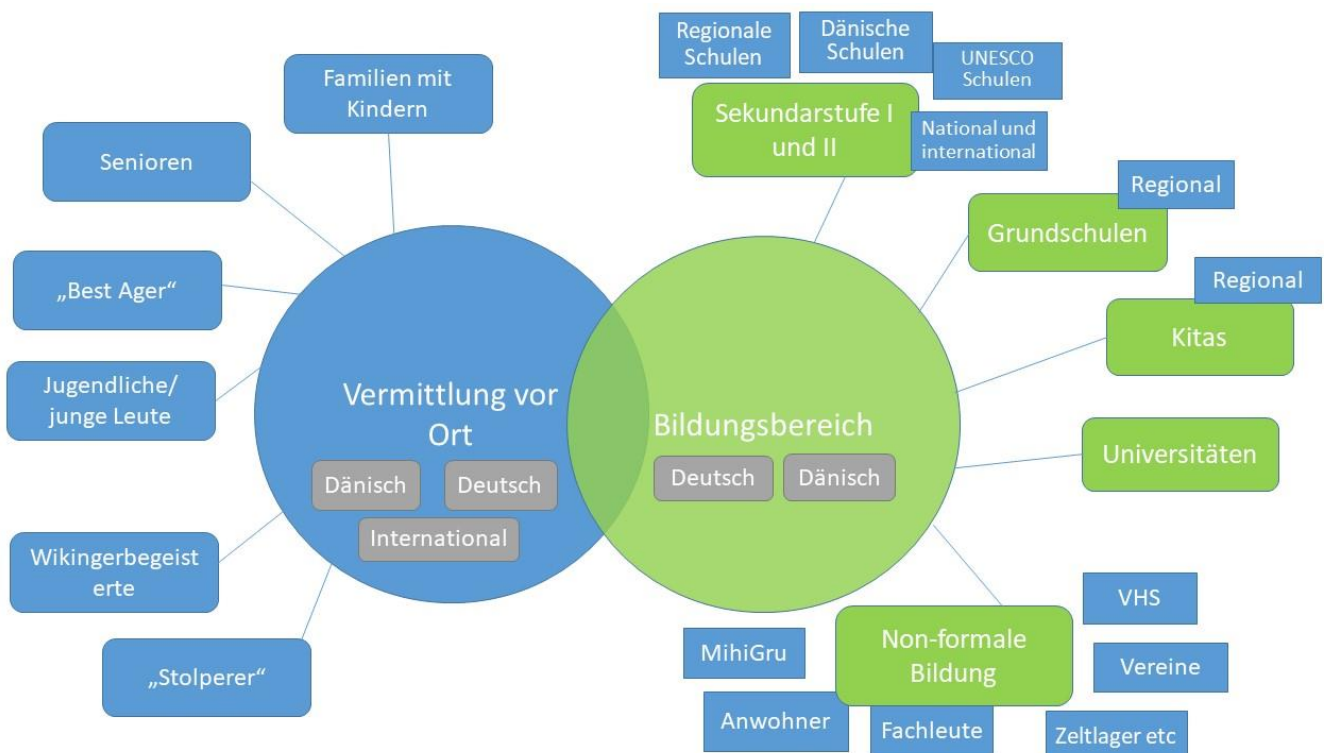
Im Outreach-Bereich lohnen vor allem Unterrichtseinheiten, Projektwochen und Lehrer:innenfortbildungen. Der Bedarf an Lehrmaterial ist recht konservativ mit Fokus auf Arbeitsblätter, Bild und Film sowie spielerische Angebote. Hier ergibt sich ein klarer Auftrag an die Welterbebildung, diese Formate zu gestalten und zur Bearbeitung in den Schulen zur Verfügung zu stellen.

In weiteren Freitext-Kommentaren wurde der Bedarf nach Hands-on-Angeboten, Materialien, lehrplangebundenen Angeboten sowie auch nach Unterstützung beim Transport zum Lernort unterstrichen. Auch der Wunsch nach Begegnungen mit „Wikingern“, also nach Vermittlung in Gewandung, wurde mehrfach geäußert.

Abschließend lässt sich die Schulumfrage als nützliches Instrument zur Erhebung von Bedarfen aus der Schullandschaft beurteilen. Um auch zukünftig die Zielgruppengerechtigkeit neuer Angebote zu kontrollieren und veränderte Bedarfe zu ermitteln, ist es unerlässlich, Besucherbefragungen dauerhaft zu implementieren. Gleichzeitig wirken solche Umfragen und Verteiler als Marketingmaßnahme und erleichtern die Verbreitung der Bildungsangebote. Die Bindung an die regionale Schullandschaft wird so gestärkt und das Hineinwirken des Bildungsortes Welterbestätte in die Schulen ermöglicht.

Kernzielgruppen Zukunft

Um die zukünftigen Zielgruppen nach ihren Bedürfnissen zu gruppieren und sie für die Angebotsgestaltung zu bündeln, wurde folgende Grafik entworfen. Für den Bereich Welterbebildung wird dabei zwischen formaler Bildung (einem Lehrplan und Lehrauftrag folgend) und non-formaler Bildung (Angebotscharakter, auf Interessenbasis) unterschieden.



Aus diesen Erwägungen ergeben sich für die weitere Bildungsarbeit folgende Schwerpunkt-Zielgruppen (•) sowie weitere Ergänzungszielgruppen (◦):

- Schüler:innen (Sek. I und II)
- Jugendliche und junge Erwachsene
- Familien / Kinder
- Erwachsene / regionale Bevölkerung



- Fachbesucher:innen
- Menschen mit Behinderung
- Dän:innen, dänische Minderheit
- Internationale Gäste
- Sozial Benachteiligte, Menschen mit Migrationshintergrund

Die Kernzielgruppen für die zukünftigen Angebotsformate wurden zunächst in einem Workshop am 14. April 2020 zur Diskussion gestellt und gemeinsam mit den Bildungs- und Vermittlungsakteur:innen grundlegend festgelegt. Im Workshop wurde weiterhin folgende Übersicht über bisher erreichte und weiterhin relevante sowie neu dazu zu gewinnende Zielgruppen für die Welterbestätte erarbeitet

	Wikinger Museum Haithabu	Danewerk Museum	Stadtmuseum Schleswig	Hollinghuus	am Wall entlang	Dezentral / Outreach
Ist-Zustand	<ul style="list-style-type: none"> • Kitas, Schulklassen • Familien • Reisegruppen • Touristen • Fachbesucher:innen • Behinderten-einrichtungen 	<ul style="list-style-type: none"> • Touristen aus Dänemark und Deutschland • Familien (Dän.) • Schulklassen • Dän. Minderheit • Reisegruppen • Fachbesucher:innen • Politik 	<ul style="list-style-type: none"> • Touristen • Schleswiger • Familien • Schulen und Kitas 	<ul style="list-style-type: none"> • Reisegruppen • Bustouristik • Radfahrer • Anwohner:innen 	<ul style="list-style-type: none"> • Anwohner:innen • Landwirt:innen • Wanderer • Radfahrer:innen • Gemeinden 	<ul style="list-style-type: none"> • Besucher:innen/Präsentationen auf Messen und Veranstaltungen
Ziel-Zustand (zusätzliche Zielgruppen)	<ul style="list-style-type: none"> • Touristen (Stolper:innen, Kenner:innen, Entschleuniger, Naturtouristen, Familien, internationale Touristen) • Nicht-Besucher:innen • VHS, weitere Bildungseinrichtungen, Højskole (für das WMH), Jugendherbergen/Zeltlager • Kirchen (Konfirmand:innen, Senioren, Gruppen) 					<ul style="list-style-type: none"> • Multiplikator:innen • Schulen, IQSH • Behinderteneinrichtungen • Internetnutzer:innen (Digitale Angebote) • Bildungseinrichtungen

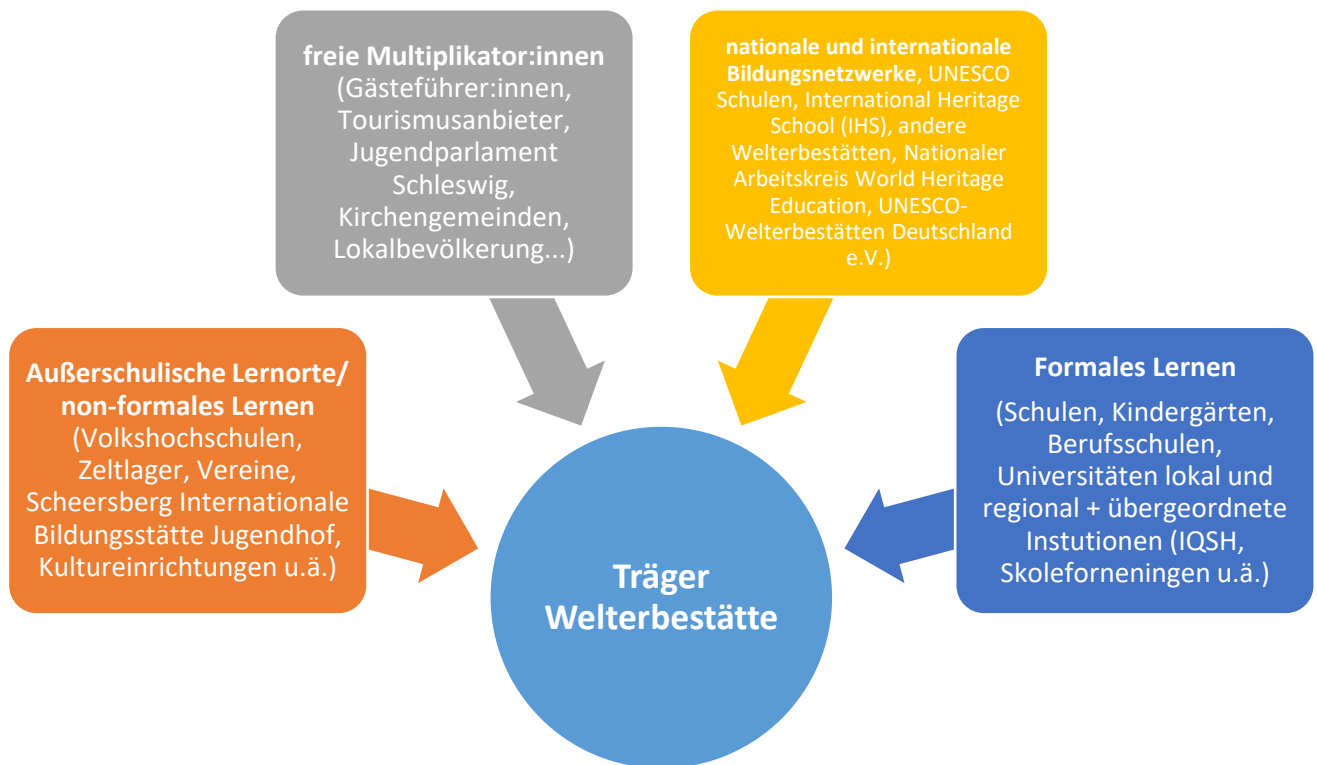
2.6 Netzwerkanalyse

Um die Bedürfnisse der zukünftigen Zielgruppen und die Konzeption und Durchführung von Angeboten im Bereich Welterbe-Bildung zu unterstützen, ist die Einbettung dieser Projekte in und der Austausch mit verschiedenen Netzwerken nötig. Wie bereits in den vorangegangenen Kapiteln erwähnt, erstreckt sich der Archäologische Grenzkomplex Haithabu und Danewerk topografisch über eine weite Strecke und besitzt daher eine Vielzahl an unterschiedlichen Akteur:innen. Die für die Bildung und Vermittlung aktiv relevanten Akteur:innen wurden bereits in der Einleitung mit der AG Vermittlung vorgestellt. Darüber hinaus sind jedoch weitere Netzwerke für die Welterbebildung von Bedeutung, die in verschiedene Bereiche und Themen hineinwirken.

Das nächstgrößere Netzwerk vor Ort ist der Verein Haithabu und Danewerk e.V., der die Interessen der Eigentümer:innen und anderen Akteur:innen mit Ansprüchen an die Denkmale bündelt und gemäß der neuen Satzung ebenfalls die Welterbevermittlung und -erlebbarkeit unterstützt. Gerade im Bereich Bevölkerungsprojekte/Community Involvement spielt der Verein als Zusammenschluss aller kommunalen Träger daher eine wichtige Rolle und sollte als Netzwerk genutzt werden. Derzeitige Mitglieder sind:

- Kreis Schleswig-Flensburg
- Stiftung Schleswig-Holsteinische Landesmuseen
- Gemeinde Borgwedel
- Gemeinde Hollingstedt
- Gemeinde Ellingstedt
- Danevirke Museum/SSF
- Gemeinde Windeby
- Kreis Rendsburg-Eckernförde
- Interessengemeinschaft Umweltschutz
- Archäologisches Landesamt
- Amt Haddeby
- Amt Arensharde
- Ostseefjord Schlei GmbH
- Gemeinde Dannewerk
- Gemeinde Fahrdorf
- Stadt Schleswig
- Amt Südangeln
- Gemeinde Schaalby

Daneben existiert ein Kreis von Bildungsträgern und -unterstützer:innen, sowie Multiplikator:innen, die für die zukünftige Bildungsarbeit unerlässlich und in der folgenden Grafik dargestellt sind. Schwerpunkte sind hier die **Netzwerke im Bereich formales Lernen mit direktem Bildungsauftrag**, im **Bereich non-formales Lernen**, das **Netzwerk der freien Multiplikator:innen** sowie die **nationalen und internationalen Bildungsnetzwerke**. Naturgemäß überschneiden sich die Netzwerke und sind Gegenstand einer ständigen Weiterentwicklung.



Regionale Bildungslandschaft

Für die Akzeptanz und Unterstützung einer Welterbestätte in ihrem Umfeld ist eine gute Vernetzung mit der regionalen Bildungslandschaft höchst förderlich. Kontakte in die formalen, vorwiegend schulischen Strukturen erleichtern Kooperationen und die zielgruppengerechte Konzeption und ermöglichen dadurch eine gesteigerte Buchung von Angeboten. Dies wiederum steigert die Teilhabemöglichkeiten der Zielgruppe Schüler:innen. Dazu wurde mit Unterstützung des zuständigen Ministeriums ein Post- und Email-Verteiler etabliert, der die direkte Kommunikation von Projekten und Angeboten in die Schullandschaft hinein ermöglicht. Dieser wurde exemplarisch bereits für die Schulumfrage erfolgreich erprobt und steht der Welterbebildung und den beteiligten Akteur:innen langfristig als Kommunikationskanal zur Verfügung. Übergeordnete Bildungsinstitutionen sollten perspektivisch verstärkt aktiv eingebunden werden. Dazu zählen das Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur Schleswig-Holstein, die Schulbehörden, das IQSH und der Skoleforeningen. Sinnvolle Multiplikator:innen und Netzwerkpartner:innen sind außerdem die Fachberater:innen für kulturelle Bildung und BNE in Schleswig-Holstein. Zu diesen wurden teilweise bereits Kontakte etabliert und Beratungsangebote genutzt. Unterstützung bei der Einwerbung von Drittmitteln bieten die Servicestelle Kulturförderung beim MBWK und die Landesvereinigung Kulturelle Jugendbildung in Schleswig-Holstein (LKJ SH). Im Außerschulischen, non-formalen Bildungsbereich bieten sich weitere Partner:innen an. Dazu gehören vor allem die Volkshochschulen, die dänischen Højskolen, Jugendbildungs- und Freizeitstätten (z.B. Scheersberg, darunter fallen auch Zeltlager), Akademien und Tagungszentren, regionale Museen, Heimat- und Geschichtsvereine sowie die Kirchengemeinden (inkl. Pfadfindergruppen). Für alle diese möglichen Partner und Multiplikatoren können zielgruppengerechte Bildungsangebote durch die Welterbebildung geliefert werden. Dabei sind sowohl Angebote vor Ort am

Denkmal, als auch in den Institutionen selbst, für die Teilnehmer:innen, aber auch für das Personal der Institutionen als Weiterbildung sowie partizipative Formate und Co-Kreationsprojekte denkbar. Eine Kontaktliste zur regionalen formalen und non-formalen Bildungslandschaft hängt diesem Konzept an und steht der Bildungskoordination im Welterbe zukünftig zur Verfügung.

2.7 Lehrplanbezug

Schulen, insbesondere die Sekundarstufe 1 und 2, aber auch Grundschulen sind wichtige Zielgruppen für die Welterbestätte. Die Inhalte der einzelnen Museen sind im Rahmen der Angebote für Schulklassen mit dem Lehrplan verknüpft und darauf abgestimmt. Eine ähnliche Verknüpfung macht für die neu dazu gekommene Ebene des Welterbes Sinn. Durch die Verleihung des Welterbetitels wurden nicht nur inhaltlich neue Schwerpunkte gesetzt, sondern die Perspektive von regionalem Bezug auf internationalen Bezug gehoben. Das friedliche Zusammenleben unterschiedlichster Kulturen und Nationen, das sich exemplarisch an der Welterbekonvention und deren Ideen darstellen lässt, ist ein Grundwert, der thematisch fest in allen Fachanforderungen der Schleswig-Holsteinischen Lehrpläne verankert ist. Dazu kommen zahlreiche konkrete Lehrplaninhalte, die mit dem Themenbereich UNESCO-Welterbe oder mit den Schwerpunkten des OUVs verknüpft werden können.

Die folgende Tabelle soll anhand der Lehrplanthemen einen Leitfaden für mögliche Schulangebote bzw. -projekte bieten und gleichzeitig analysieren, welche Aspekte bereits von *bestehenden Angeboten der Akteur:innen abgedeckt werden:

* = bereits bestehendes Angebot der Akteure fett gedruckt= Lehrplanthema		
Unterrichtsfach	Archäologischer Grenzkomplex Haithabu und Danewerk (OUV Schwerpunkte Archäologie – Lage – Handel – Grenze – Wikinger)	UNESCO Welterbe
Heimat-, Sach- und Weltunterricht	<p>*Früher und Heute erforschen - Alte Geräte zur Wikingerzeit</p> <p>*Begegnungen mit Zeugnissen der Vergangenheit erleben</p> <p>Schleswig-Holstein - das Land zwischen den Meeren - erfahren (Leitthema 9)</p> <p>Heimat und Fremde</p> <p>*Besondere Punkte in unserer Umgebung – Zeugnisse der Vergangenheit</p> <p>*Regional zugängliche Landschaften und kulturelle Eigenarten erkunden</p> <p>Vom Ochsenweg zur Autobahn – Die Bedeutung des Verkehrs und des Handels für die Entstehung von Haithabu und des Danewerks (Den Verkehr als Mittler zwischen Menschen und Gütern erkennen)</p> <p>*Leben in Gemeinschaften – Das Leben der Wikinger in Haithabu</p>	<p>Kulturen der Welt: Länder und Menschen verschiedener Kulturen kennenlernen und verstehen</p> <p>*Begegnungen mit Zeugnissen der Vergangenheit erleben</p> <p>Informationen über den Alltag in verschiedenen Ländern</p> <p>Das Bewusstsein von der „Einen Welt“ stärken</p> <p>Länder und Kulturen dieser Erde auf dem vor Augen führen</p> <p>Sitten und Gebräuche, Lebensgewohnheiten und Lebensformen aus der Sicht verschiedener Menschen sehen</p>

	<p>Wirtschaftlich planen und gestalten – Handel in Haithabu</p> <p>*Dorf und Stadt früher - Haithabu als erste stadtähnliche Siedlung in unserem Land</p> <p>*Religionen; Märchen; Sitten, Bräuche – Geschichten und Bräuche bei den Wikingern</p> <p>Lernfeld 2: Sicherung menschlichen Lebens – Wichtige Aspekte bei der Gründung von Haithabu</p>	
Textil	<p>*Früher und Heute erforschen – Archäologische Stofffunde in Haithabu und wie wir daraus lernen können</p> <p>*Informationen gewinnen und verarbeiten – Das wirkliche Leben der Wikinger</p> <p>*Textile Techniken in anderen Kulturen – Wie haben die Wikinger Stoffe hergestellt?</p> <p>*Schleswig-Holstein - das Land zwischen den Meeren – erfahren: Die Wikinger Kleidung, Wohnung, Lebensform; Abbildungen, Collagen; Nachbau eines Wikingerdorfes; Museumsbesuche</p>	<p>Textile Techniken in anderen Kulturen – Archäologische Stofffunde in anderen Welterbestätten</p>
Philosophie	<p>Sprache als Möglichkeit zur Welterschließung – die Bedeutung von Sprache und Zeichen für den Handel in Haithabu?</p> <p>*Der Mensch als spielendes Wesen – Spiele zur Wikingerzeit</p> <p>*Ursprungsvorstellungen als Bilder menschlicher Weltdeutungen – Die Weltvorstellung der Wikinger</p>	<p>Was ist der Mensch? – Die Bedeutung von Erbe/Welterbe für die uns und unsere Herkunft</p> <p>Der Mensch als geschichtliches Wesen – Welterbestätten als Erhalt von Geschichten und Traditionen</p> <p>Was kann ich wissen? – Was wir heute von Welterbestätten lernen können / Welterbestätten als Quellen der Erinnerung</p>
Kunst	<p>*Arbeitsfeld Architektur – Aufbau und Funktionalität der Wikingerhäuser in Haithabu</p> <p>*Schriftzeichen anderer Völker – Runen als Schriftzeichen aus der Wikingerzeit / Runensteine von Haithabu</p>	<p>Arbeitsfeld Architektur – Unterschiede der Architektur weltweit am Beispiel von Welterbestätten</p> <p>Welterbestätten als Beispiel menschlicher Schöpfungskraft</p> <p>Künstlerische Vielfalt weltweit</p>
Deutsch	<p>Lesen-Mit Texten umgehen – schriftliche Überlieferungen entlang der Welterbestätte (zur verschiedenen Zeiten, z.B. Runensteine, Fontane zur Zeit des deutsch-dänischen Krieges etc.)</p>	<p>Unterschiedliche Weltbilder/Kulturen in Sprache und Literatur</p>

Religion	<p>*Die Frage nach dem Menschen: Adel und Kirche im Mittelalter/Missionierung – Ansgar und die Wikinger</p> <p>*Wie haben die Menschen früher gelebt - was haben die Menschen früher geglaubt?</p>	
Geographie	<p>Erkenntnisgewinnung – Die Landschaft lesen. Was uns geographische Merkmale über die Vergangenheit sagen können (Archäologie)</p> <p>Raumprägende Faktoren und raumverändernde Prozesse (nachhaltige Nutzung der Ressource Raum mit einem Fokus auf Norddeutschland) – Die Bedeutung des Raumes für die Entstehung des Danewerks</p> <p>*Zusammenwirken von Faktoren in humangeographischen Systemen – Die Bedeutung der Lage für die Entwicklung von Haithabu und dem Danewerk</p>	
Technik	<p>*Arten von Wohnraum, Bauwerken und Infrastruktur hinsichtlich unterschiedlicher und nachhaltiger Nutzung unterscheiden, ordnen sowie deren Weiterentwicklung beschreiben und begründen</p> <p>Historische Bedeutung von Transport- und Verkehrssystemen – Der Warentransport von Ost- zur Nordsee entlang des Danewerks</p> <p>Die Auswirkung von Infrastruktur und Mobilität auf die Entstehung und Entwicklung von Haithabu</p>	
Geschichte	<p>*Konstruktion und Interpretation von Wirklichkeit: Denkmäler, Bauwerke und gestaltete Landschaft: Symbole von Herrschaft und gesellschaftliches Bewusstsein</p> <p>*Der deutsch-dänische Konflikt bis zum Ende des Gesamtstaates 1864</p> <p>*Nationale Identitäten seit dem 19. Jahrhundert – Realität oder Konstruktion?</p> <p>*Dänemark – neue Identität nach der militärischen Niederlage 1864?</p> <p>*Liberale und nationale Bestrebungen im 19. Jahrhundert</p> <p>*Lebens- und Herrschaftsformen im Mittelalter</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Nationale Identitäten seit dem 19. Jahrhundert – Welterbestätten: von nationaler Identität zum Weltbürgertum/interkulturellem Austausch • Begegnung mit anderen – kulturelle Vielfalt • Denkmäler, Bauwerke und gestaltete Landschaft: Symbole von Herrschaft und gesellschaftliches Bewusstsein (Kulturerbestätten und Kulturlandschaften)

	<p>*Spuren: lokale und regionale Geschichte, Längsschnittsthema: Kindheit</p> <p>*Leben im Mittelalter, Frauen in der mittelalterlichen Gesellschaft, Längsschnittsthema: Begegnungen mit dem anderen</p> <p>Funktionalisierung von Geschichte: Legenden und Mythen, Feindbilder und Propaganda</p>	
Dänisch	<p>*Dänemark: geographisch und historisch-politisch</p> <p>*Frühe Expansionen: Dänisch-nordische Expansionspolitik (800-1100)</p> <p>*Danevirke; die deutsch-dänischen Auseinandersetzungen im 19. und beginnenden 20. Jahrhundert</p> <p>*Alltagsleben der Wikinger</p> <p>*Nordische Mythologie und Auseinandersetzung mit dem Christentum</p>	
Naturwissenschaften	<p>*Bauen und Wohnen</p> <p>Erschließen der Umwelt</p> <p>Sich fortbewegen</p> <p>*Sich ernähren</p> <p>*Wir nutzen Metalle und verwenden sie in Werkzeugen</p>	
Weltkunde		<ul style="list-style-type: none"> • Frieden sichern - mit welchen Mitteln? – Der Friedensauftrag der UNESCO • Eine Welt - viele Welten? - Welterbe als Zeichen von kultureller Vielfalt und verschiedensten Lebensräumen
WiPo	<p>Integration und Identität – Mehrheiten und Minderheiten</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Strukturen internationalen Handelns (internationale Organisationen) • Internationale Politik und Gesellschaft • Konflikte und Kooperationen in den internationalen Beziehungen

Biologie	*Pflanzen und Naturschutz entlang des Danewerks	
----------	---	--

Die Tabelle zeigt, dass es eine Vielzahl an Kernthemen der Welterbestätte gibt, die sich mit den Schleswig-Holsteinischen Lehrplänen verbinden lassen. Der Großteil der Schwerpunkte Archäologie – Lage – Handel – Grenze – Wikinger sind bereits durch bestehende Angebote der individuellen Museen abgedeckt, sei es durch Schulprogramme oder durch Themenführungen, die auch von Schulen gebucht werden können. Was bisher noch nicht abgedeckt ist, sind die Themen, die durch die internationale Dimension der Welterbekonvention hinzugekommen sind. Auch hier bieten sich aber zahlreiche Verknüpfungen mit verschiedenen Unterrichtsfächern an, die bei der Planung zukünftiger Bildungsangebote berücksichtigt werden können.

2.7 Einbindung der Themen in die Bildung für Nachhaltige Entwicklung

Neben den zu Beginn dargestellten Bildungsdiskursen der Welterbestätten wird Bildung für nachhaltige Entwicklung (BNE) zukünftig ein integraler Teil der internationalen Bildungslandschaft sein und die Menschen dazu ermutigen, ihre Welt eigenverantwortlich, aktiv und nachhaltig zu gestalten. Dazu gehört ein verantwortungsvoller Umgang mit begrenzten Ressourcen, die Einbeziehung der Würde aller Menschen und das Bewusstsein, wie sich Entscheidungen auf die lokale und weltweite Entwicklung auswirken können. Mit der **Dekade für Bildung für nachhaltige Entwicklung**, die von 2005 bis 2014 von den Vereinten Nationen weltweit ausgerufen wurde, wurde das Thema nachhaltige Entwicklung in verschiedenen Themenfeldern, Unterrichtsfächern und Schlüsselkompetenzen verankert und somit in die formale und non-formale Bildung eingebunden. Die Umsetzung von BNE ist weit mehr als die pure Lehre von erneuerbaren Energien und Klimaschutz. Es soll kritisches Denken gefördert werden, zum Beispiel durch partizipative Projekte und Methoden. Forschendes, aktionsorientiertes Lernen soll unterstützt und der internationale Blick hin zur/zum Weltbürger:in geschult werden (Bundesministerium für Bildung und Forschung, 2020). Die Berücksichtigung von Aspekten wie kulturellen und interkulturellen Werten oder religiösen Orientierungen ist dabei ebenso wichtig wie Landschaftsschutz und nachhaltiges Management. Welterbestätten spielen dabei als außerschulischer Lernort eine wichtige Rolle. Neben den inhaltlichen Themen, die sich mit Punkten der BNE verknüpfen lassen, fördern sie Schlüsselqualifikationen wie Sozialkompetenz, Lernkompetenz und interkulturelle Kompetenz. Sie bieten aktionsorientierte und partizipative Lernmethoden, regen das kritische Denken an und fördern Offenheit gegenüber anderen Kulturen. Sie fallen in den Bildungsbereich „Non-formales/informelles Lernen“ des Nationalen Aktionsplans in Deutschland.

Der Grenzkomplex Haithabu und das Danewerk lässt sich auf verschiedenste Weise mit den Themen und Schlüsselkompetenzen im Rahmen der BNE verbinden. Mit der Ernennung zur Welterbestätte reiht sich die Region in die außerschulischen Lernorte der UNESCO ein und trägt zum Erhalt der kulturellen Vielfalt und der Förderung von interkulturellem Austausch und Friedenspolitik bei. Auf der Welterbeebene lassen sich also Blick und Bildung in den **internationalen Bereich** lenken. Warum ist Welterbe wichtig für die Menschheit? Wie funktioniert die internationale Kulturpolitik? Was kann durch die Vernetzung von Welterbestätten erreicht werden? Wie kann Nachhaltigkeit durch das Welterbeprogramm gefördert, aber auch für einzelne Welterbestätten erreicht werden und was sind die Herausforderungen?

Im **nationalen bzw. regionalen Bereich** verbinden sich Haithabu und das Danewerk zum Beispiel im Bereich nachhaltiges Management der Welterberegion mit den BNE Handlungsfeldern. Gerade wenn es um die aktive und eigenverantwortliche Gestaltung der Region geht, bietet die Welterbestätte großes Potential. Wie kann die Bevölkerung aktiv an Entwicklungen teilnehmen? Wie werden Jugendliche

partizipativ eingebunden? Wie vereint man regionale Entwicklungen, nachhaltige Produktion, Tourismus und Denkmalschutz unter einem Dach?

Neben der internationalen und regionalen Ebene der Welterbebildung und -entwicklung existiert der dritte große Bereich mit den inhaltlichen Themen der Welterbestätte, die sich auf vielfältige Weise mit den Schwerpunkten im Bereich BNE verlinken lassen. Mögliche Themen wären beispielsweise:

Thema	Inhalt	Fragestellungen im BNE Kontext
Grenze/Grenzkomplex	Das Danewerk und die Grenzbefestigung um die Wikingersiedlung Haithabu waren damals als Grenzwall eine wichtige Kontrolle der schmalen Landenge zwischen Eider und Schlei. Gleichzeitig dienten sie als Verteidigung des dänischen Reiches gegenüber den Franken. Der Grenzkomplex wurde im 19. Jh. wiederentdeckt und zum herausragenden Nationalsymbol Dänemarks erklärt und daher in den Schleswigschen Kriege wiederbefestigt.	Welche Bedeutung haben Grenzen heute? Was für unterschiedliche Erfahrungen machen Menschen mit Grenzen? Wie können Grenzen zukünftig überwunden werden?
Handel	Haithabu war damals zentraler Knotenpunkt des Seehandels zwischen Nord- und Ostsee. Waren von nah und fern kamen in die Wikingersiedlung und wurden von dort aus weitertransportiert.	Wie hat der Handel damals die Region geprägt? Wie war er aufgebaut? Und wie sieht es heute aus? Wie beeinflusst der Handel heute unser Leben? Wie prägt er unsere Region?
Knotenpunkt der Kulturen	In Haithabu trafen aufgrund der Lage zwischen dem dänischen und dem fränkischen Reich, aber auch aufgrund der Vielzahl verschiedener Völker in der damaligen Region und der von weither kommenden Händler und Handelsgüter eine Vielzahl an Kulturen aufeinander. Vieles davon hat das Leben beeinflusst und auf Dauer geprägt.	Wie haben die unterschiedlichen Kulturen das Leben in der Region damals geprägt? Was wäre, wenn dieser Austausch nicht stattgefunden hätte? Wie sieht es heute aus? Welche Kulturen prägen uns? Ist ein Leben ohne kulturellen Austausch möglich?

<p>Religion</p>	<p>In Haithabu und am Danewerk trafen aufgrund der Entwicklung und der Lage zwischen Nord- und Mitteleuropa verschiedene Glaubensrichtungen aufeinander, insbesondere die christliche Religion und die heidnisch-nordische Mythologie.</p>	<p>Welche Rolle spielte der Glauben damals? Wie fand der Wechsel zwischen dem Glauben der Wikinger und dem Christentum statt? Was ist Polytheismus und Monotheismus? Woran glauben die Leute heute? Wie finden heute Glaubenswechsel statt? Welche Rolle spielt Glauben?</p>
<p>Sprache/Kommunikation</p>	<p>Um zu einem zentralen Handelspunkt zu werden, war es wichtig, dass die Händler sich untereinander verständigen konnten.</p>	<p>Welche Sprachen und Formen der Kommunikation gab es damals? Wie haben sich die Händler verständigt? Wie wurde gelesen, geschrieben und gerechnet? Wie wichtig ist Sprache und Kommunikation heute? Was gibt es für unterschiedliche Formen? Wie sieht es zukünftig aus?</p>
<p>Grenzübergreifende Geschichte und Kultur damals und heute</p>	<p>Haithabu und das Danewerk waren für lange Zeit Grenzgebiet zwischen dem dänischen und dem fränkischen Reich.</p>	<p>Was unterscheidet die Lage zwischen damals und heute? Wie gehen die beiden Seiten mit dem Thema Grenze um? Wie wird die gemeinsame Geschichte behandelt? Wie arbeiten z.B. die Museen zusammen?</p>
<p>Fortbewegung/Mobilität</p>	<p>Effiziente und schnelle Fortbewegung war einer der Hauptgründe für die Entstehung des Danewerks und Haithabus. Durch Nutzung der Wasser- und Landwege wurde der kürzeste Weg für den Warentransport ermöglicht.</p>	<p>Wie bewegte man sich damals fort? Worauf kam es an? Was für Auswirkungen hatte es? Wie bewegen wir uns heute fort (siehe bspw. Nord-Ostsee-Kanal)? Worauf kommt es an? Was für Auswirkungen hat es? Wie sieht die Zukunft aus?</p>

Stadtentwicklung/Entwicklung von Nationen	Haithabu ist ein Beispiel für eine frühe Handelsstadt, deren Nachfolger Schleswig bis heute ist. Als Grenzbauwerk dokumentiert das Danewerk die Herausbildung des Staates Dänemark in Abgrenzung zum fränkischen/deutschen Reich.	Wie entwickelten sich Städte im Mittelalter? Wie unterschieden sie sich von modernen Städten? Gab es damals bereits ein Verständnis für Nationen und Grenzen? Wie hat es sich gewandelt?
Energienutzung zur Wikingerzeit	Wikingerschiffe wurden gerudert oder gesegelt. Aber wie sah der Alltag energetisch aus? Holz und Torf heizten das Haus, Kohle das Schmiedefeuer...	Lebte der Wikinger ressourcenschonender als wir heute? Wie war wohl sein CO ² Fußabdruck?
Ernährung zur Wikingerzeit	Subsistenzwirtschaft und Im- und Export. In der Wikingerzeit gab es beides.	Wie gesund und regional was das Essen damals und wurde es gerecht verteilt?
Landschaftsschutz/ Wasserqualität / Funderhaltung	Als Welterbestätte stehen das Danewerk und Haithabu unter besonderem Schutz. Der Schutz der archäologischen Funde ist eng verbunden mit dem Landschafts- und Gewässerschutz. Veränderungen der Landschaft und der Gewässer durch beispielsweise Klimaveränderungen oder regionale Entwicklungen haben direkten Einfluss auf die Erhaltung der archäologischen Bodenschätze.	Wie wirken sich Klimaveränderungen, Landschaftsnutzung oder Änderungen in Boden- und Wasserqualität auf das archäologische Erbe in der Region aus? Wie steht es um andere Welterbestätten weltweit? Was kann man tun, um die Welterbestätte auch zukünftig zu schützen?
Vergleich der 17 Ziele der BNE Dekade mit der Wikingerzeit: wie sah es damals aus, was war anders, was war gleich?	Die 17 Ziele der BNE Dekade wurden mit Blick auf die heutige Gesellschaft formuliert. Die meisten der Themen sind jedoch nicht neu und können auf andere Zeiten und Gesellschaften übertragen werden, wie einige der vorangegangenen Themen bereits zeigen.	Wie stand es in der Wikingerzeit (speziell in Haithabu) um die Themen der BNE Dekade? Was waren die Ausgangspunkte? Wie sieht es im Vergleich mit heute aus?

Diese Themen bieten eine Vielzahl an Projektmöglichkeiten mit Schulen und außerschulischen Institutionen ebenso wie mit der lokalen Bevölkerung, die unter Berücksichtigung der Schlüsselkompetenzen wie beispielsweise Partizipation, Kompetenzentwicklung, Ausbildung von Multiplikatoren und der Förderung nachhaltiger Entwicklungen umgesetzt werden können. Zusätzlich besteht in Schleswig-Holstein die Möglichkeit, sich über das Bildungszentrum für Natur, Umwelt und ländliche Räume des Landes Schleswig-Holstein als BNE-Lernort zertifizieren zu lassen (NUN – Norddeutsch und Nachhaltig), wenn bestimmte nachhaltige Merkmale nachgewiesen werden können.

Die Aufnahme der BNE in den Bildungskanon der Welterbestätte bietet neben vielfältigen fachlichen Anknüpfungsmöglichkeiten auch einen Zugang zu zusätzlichen, BNE-bezogenen Fördermitteln.

2.8 Bedarfsanalyse

In den vorangegangenen Kapiteln wurden die Grundlagen für die Profilierung der Welterbebildung für die Stätte Haithabu und Danewerk dargestellt. Neben der Erläuterung internationaler Richtlinien und Bildungsdiskursen wurde das erarbeitete Leitbild vorgestellt, das zukünftig der Planung von Bildungs- und Vermittlungsangeboten zu Grunde liegen soll. Danach wurden die thematischen Schwerpunkte und die Kernthemen der Welterbestätte beschrieben, mit den Lehrplänen verknüpft und es wurden inhaltliche Verbindungspunkte zum BNE-Diskurs dargestellt. In einem zweiten Teil wurde die derzeitige Ausgangssituation bezüglich der Vermittlung des Welterbethemas evaluiert, Zielgruppen analysiert und deren Bedürfnisse in einem ersten Schritt erhoben. Daran anknüpfend folgte die Darstellung bestehender Netzwerke, die für die Planung und Umsetzung von Bildungsangeboten wichtig sind.

Aus diesen Grundlagen und den daraus gewonnenen Erkenntnissen ergeben sich Punkte, die für die künftige Vermittlung und Bildung der Welterbestätte Haithabu und Danewerk von Bedeutung sind und die bei der Planung, Konzeption und Durchführung von neuen Angeboten und Formaten berücksichtigt werden sollten. Diese Punkte identifizieren Bedarfe, die im Rahmen der Verleihung des Welterbetitels und der dadurch entstandenen Meta-Ebene des Welterbes hinzugekommen sind.

Die folgende Tabelle listet die identifizierten Bedarfe auf und erläutert sie kurz. In dem zweiten Teil des Konzeptes werden diese Punkte aufgegriffen und mögliche Lösungsvorschläge oder Empfehlungen dazu formuliert.

Bedarf	Erläuterung
1. Brückenschlag zur Welterbekonvention, der Bedeutung des Welterbetitels und dem internationalen Kontext	<p>Der Welterbetitel, der Weg dorthin und die Bedeutung Haithabus und des Danewerks ist an vielen Stellen bereits eingegliedert. Auch das Marketing-Logo, das für Haithabu und das Danewerk designt wurde, ist präsent. Es fehlt allerdings die Verbindung zu der Welterbekonvention im Allgemeinen und der Brückenschlag zu der internationalen Ebene. Was ist Welterbe überhaupt, welchen Sinn hat die Welterbekonvention und in welcher Liga spielen Haithabu und das Danewerk nun mit?</p> <p>Die Besucher:innenumfrage ließ im Rahmen der freien Assoziationen zum Thema Haithabu und Danewerk als Welterbe außerdem erkennen, dass die Kernthemen der Welterbestätte (OUV) noch stärker hervorgehoben werden müssen. Dies lässt sich in Zusammenhang mit den anderen Bedarfen umsetzen.</p>
2. Vermittlung der Welterbestätte in ihrer Gesamtheit <ul style="list-style-type: none"> a. Einheitlicher Auftritt Welterbeakteur:innen b. Bündelung von gemeinsamen 	<p>Die Welterbestätte Haithabu und Danewerk erstreckt sich über 227,55 Hektar und umfasst verschiedene Museen und Abschnitte, die von unterschiedlichen Akteur:innen verwaltet und gepflegt werden. Bisher fehlt ein einheitlicher Auftritt, der die Stätte als solches vereint und der/dem Besucher:in geschlossen nahebringt. Die Informationen sind zerstückelt und an zu vielen verschiedenen Orten im Internet zu finden.</p>

<p>Interessen/Formaten zwischen den Akteur:innen</p> <p>c. Verstärkte Besucherlenkung zwischen den Museen</p> <p>d. Stärkere Vernetzung der Museen durch abgestimmte Angebote und gegenseitige Werbung</p>	<p>Auch die Schulklassenangebote und Vermittlungsprojekte im Bereich Welterbe sind derzeit nicht untereinander abgestimmt. Im Laufe des Jahres 2020 wurde bereits mit der Neugestaltung der Homepage begonnen, die diesen Bedarf zu einem großen Teil decken wird.</p> <p>Darüber sind mehrere Formate denkbar (z.B. ein Welterbekoffer für verschiedene Zielgruppen), die sinnvollerweise für die gesamte Welterbestätte gelten und dementsprechend zwischen den Akteur:innen abgestimmt werden sollten.</p>
<p>3. Steigerung der Sichtbarkeit und Erlebbarkeit der Welterbestätte</p>	<p>Die größte Hürde im Bereich Vermittlung ist die Nicht-Sichtbarkeit der Stätte, da der Großteil der archäologischen Funde im Boden ist. Hier sind besonders digitale Vermittlungsangebote gefragt. Es wurde wiederholt betont, dass die Erlebbarkeit und der Erlebnisraum gesteigert werden soll.</p>
<p>4. Koordinierte Fortbildung von Multiplikator:innen</p> <p>a. Einheitliche und akteursübergreifende Angebote</p> <p>b. Grundlage Welterbewissen für Gästeführer:innen</p>	<p>Viele personelle Angebote werden mit freien Mitarbeiter:innen durchgeführt. Da jede:r freie Mitarbeiter:in selber entscheidet, was sie/er thematisch in den Führungen behandelt, kann bezüglich des Welterbethemas kein Inhalt vorgegeben werden. Durch gut durchgeführte Informationsveranstaltungen, Weiterbildungen und Projekte kann jedoch durchaus ein größeres Bewusstsein gegenüber der Welterbekonvention und ihrer Vor- (und Nachteile) geweckt werden, dass die freien Mitarbeiter:innen für das Thema sensibilisiert und auch identifikationsstiftend ist. Zu Beginn des Bildungskonzeptes herrschte noch Uneinigkeit über die Verantwortlichkeiten zur Fortbildung der Gästeführer:innen im Bereich Welterbe und die Angebote wurden individuell und akteursgebunden angeboten. Für ein zukünftiges Angebot in diesem Bereich ist es ratsam, eine gemeinsame Linie zu finden und klare Verantwortlichkeiten zu definieren. Ein erster Auftakt dazu war die Gästeführer:innenfortbildung, die über die TOUR-BO Projektstelle organisiert wurde.</p> <p>Im Bereich der Multiplikator:innen herrscht außerdem der Wunsch nach einem einheitlichen Skript bzgl. des Welterbethemas und die Formulierung des OUVs für verschiedene Zielgruppen.</p> <p>Über die Schulumfrage wurde außerdem ein Bedarf an Lehrer:innenfortbildungen festgestellt.</p>
<p>5. Verstärkung der Schulprojekte in Sekundarstufe 1 und 2</p> <p>a. Link zum Lehrplan/ Schulpakete</p>	<p>Bisher werden Schulprojekte hauptsächlich für Grundschulen und die Sekundarstufe 1 angeboten. Es gibt jedoch diverse Themen bzw. Themenkomplexe, die auch für die Sekundarstufe 2 spannend sind und an den Lehrplan andockt werden können. Der Welterbetitel trägt inhaltlich zu den Themen <i>Grenzen überwinden, globales Lernen, Völkerverständigung</i> (etc). bei und bietet zahlreiche Ansätze</p>

	<p>für Projekte, insbesondere auch für grenzübergreifende Projekte. Für Lehrer:innen fehlen derzeit noch praktische Informationen, inwieweit sich die möglichen Themen in den Lehrplan einfügen lassen (siehe als Vergleich die Homepages vom Antonine und Hadrian Wall, wo die Aktivitäten direkt mit den Lehrplänen verbunden sind). Mehrere Lehrer:innen haben im Gespräch außerdem angeregt, dass „Schulpakete“ auf der Webseite angeboten werden, in denen alle nötigen Informationen und Bausteine für Lehrer:innen zur Verfügung stehen, um einen Schulbesuch bzw. Schulprojekte für die Lehrkräfte so reizvoll und einfach wie möglich zu machen.</p> <p>Partizipative Schulprojekte finden derzeit nicht statt (abgesehen von den Videos im Rahmen des IHS Projektes). Im internationalen Bildungsdiskurs ebenso wie in dem nationalen Aktionsplan für BNE ist Partizipation ein wichtiger Punkt, der verstärkt werden soll. Die Welterbestätte profitiert damit direkt, indem die Identifizierung mit und das Verantwortungsbewusstsein für Welterbestätten gefördert wird. Dies sollte bei der Planung von Schulprojekten bedacht werden.</p> <p>Die Schulumfrage ergab außerdem einen Bedarf an Material zur Bearbeitung in der Schule in Form von Arbeitsblättern, Bild- und Filmangeboten und digitalen Medien.</p>
<p>6. Stärkung der regionalen Identifikation mit der Welterbestätte und der Einbindung neu gewonnener Zielgruppen</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Stärkung von non-formalen Bildungsangeboten b. Stärkung von partizipativen Projekten innerhalb der regionalen Bevölkerung 	<p>Die Gespräche im Rahmen der Evaluation haben ergeben, dass ein erhöhter Bedarf an Angeboten im Bereich Erwachsenenbildung besteht. Welterbestätten brauchen den Rückhalt der lokalen Bevölkerung und eine positive Identifikation mit derselben, um erfolgreich bestehen zu können. Die Bildungsangebote für Anwohner:innen können verstärkt werden, und auch hier wäre ein partizipativer Ansatz wünschenswert.</p>
<p>7. Altersgerechte und zielgruppengerechte Zugänge zum Thema, insbesondere Stärkung der Zugänge für junge Leute</p> <ul style="list-style-type: none"> a. Verstärkung von Hands-On Formaten b. Förderung von digitalen Formaten 	<p>Im Rahmen von Tagungen und Workshops wurde mehrmals die Bedeutung von altersgerechten Zugängen für junge Leute angesprochen. Bisher richtet sich die Präsentation hauptsächlich an erwachsene Besucher:innen. Vor allem der Internetauftritt, der für viele junge Menschen überhaupt entscheidend für einen Besuch der Stätte ist, bräuchte einen altersgemäßen Bereich.</p> <p>Das Jahr 2020 hat mit der Corona-Pandemie außerdem gezeigt, dass digitale Formate zukünftig eine stärkere Rolle einnehmen werden. Hier gilt es, als Welterbestätte mit der Entwicklung Schritt zu halten.</p>

<p>8. Tieferegehende Auswertungen von Besuchsstatistiken und Evaluation von Angeboten</p>	<p>Bisher werden an den einzelnen Akteursstandorten hauptsächlich die allgemeinen, jährlichen Besuchszahlen gesammelt. Für die Entwicklung spezifischer Angebote wäre es hilfreich, mehr über die einzelnen Zielgruppen zu wissen. Woher kommen die Besucher:innen? Wie alt sind sie? Welchen Hintergrund haben sie? Welche Klassenstufen buchen hauptsächlich Führungen? Basierend auf tiefergreifenden Informationen könnte analysiert werden, ob bisher Zielgruppen ausgelassen wurden, und wie zufrieden die einzelnen Zielgruppen mit den Angeboten für sie sind. Auch eine Besucher:innenzählung entlang des Denkmals ist in entsprechenden Abständen ratsam.</p>
<p>9. Berücksichtigung des Themas Barrierefreiheit und Inklusion</p>	<p>Im Rahmen der Besucherumfrage wurde mehrmals das Thema Barrierefreiheit aufgegriffen. Im Rahmen der Anforderungen an Welterbestätten sollten örtliche Gegebenheiten (Wege, Wegstrecken, Ausstellungsgestaltung, Informationsträger) ebenso wie neue Formate zukünftig möglichst inklusiv gedacht bzw. gestaltet werden.</p>

3. Zukünftige Bildungsarbeit

Im ersten Teil des Konzeptes wurden Grundlagen, Richtlinien, thematische Verknüpfungen und notwendige Punkte für die künftige Vermittlung des Welterbethemas für Haithabu und das Danewerk beschrieben. Zusammenfassend wurden neun Bedarfe identifiziert, die für die künftige Arbeit berücksichtigt werden sollten. In dem folgenden Teil sollen Methoden und Formate dargestellt werden, die diese Bedarfe in unterschiedlichen Ausprägungen und Intensitäten bedienen können und zu empfehlen sind.

Die Analyse der Bedarfe sowie die Ergebnisse der Beteiligungsprozesse mit den Akteur:innen haben außerdem eine Reihe an Aufgaben ermittelt, die im Falle einer Verankerung und eines Ausbaus des Bereiches Welterbebildung für die Welterbestätte Haithabu und Danewerk langfristig berücksichtigt werden müssen. Daher wird im Weiteren die organisatorische und strukturelle Einbindung dieser Aufgaben erörtert.

3.1 Empfehlungen

Im folgenden Abschnitt werden Formate vorgestellt, welche den jeweiligen ermittelten Bedarf decken können. Dabei wird eine Bandbreite an finanziellen, personellen und materiellen Ressourcen und zeitlichem Aufwand berücksichtigt. Eine zeitliche Priorisierung in Abstimmung mit dem neuen Management Plan für die Welterbestätte (Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein, 2020), erfolgt in den Kategorien:

- **Kurzfristig** → Zur Umsetzung wird in naher Zukunft geraten/
- **Mittelfristig** → Zur Umsetzung wird in den kommenden Jahren geraten
- **Langfristig** → Zur Umsetzung wird in der langfristigen Perspektive geraten

Darüber hinaus können die Formate entlang von individuellen, zielgruppengerechten Vertiefungsebenen gestaltet werden. Hierbei wird das Vorwissen der Besucher:innen in die Planung von Angeboten mit einbezogen. Im Beteiligungsprozess und in Studien der Touristik (OFS) wurden dabei drei Hauptkategorien herausgearbeitet, die vom Zugang her unterschiedliche Informationsdichten bzw. Vertiefungsebenen benötigen:

- Stolper:innen – niederschwellige Vermittlung, illustrativ, Storytelling
- Kenner:innen – tiefergehende Informationen, Hintergründe, Details, Zusammenhänge
- Expert:innen - Fachinformationen

Es wird, die Expertise und individuelle Zuständigkeit der einzelnen Akteur:innen berücksichtigend, auf Formate eingegangen, die auf einer übergeordneten Ebene angesiedelt werden und nicht in die Arbeit einzelner Akteur:innen eingreifen. Vielmehr sollen die Formate die Welterbestätte inhaltlich als Ganzes zusammenbringen und sind somit für alle verwendbar. Daher wird ein Fokus auf personellen und medialen Formaten liegen. Anknüpfungspunkte an die räumliche Vermittlung werden, wo vorhanden und sinnvoll, mitbetrachtet um ein optimales Zusammenwirken und Erlebnis für die/den Besucher:in zu gestalten. Grundlage für die potentielle Umsetzung der folgenden Empfehlungen ist daher eine enge Abstimmung und Zusammenarbeit der einzelnen Akteur:innen im Rahmen der AG Vermittlung und Bildung. **Eine Tabelle mit einer Übersicht über die empfohlenen Formate befindet sich im Anhang des Bildungskonzeptes.**

Bedarf 1: Brückenschlag zu der Welterbekonvention, der Bedeutung des Welterbetitels und dem internationalen Kontext

Die Bedeutung des Welterbetitels und der Brückenschlag zu der Arbeit der UNESCO und anderen nationalen und internationalen Welterbestätten ist derzeit nur ansatzweise dargestellt, eine Einbettung in die bestehende Ausstellung, bzw. eine Neukonzipierung der Ausstellungen ist jedoch bereits bei den einzelnen Akteur:innen in Arbeit.

Generell wird empfohlen, ein Grundgerüst an Informationen bezüglich des Welterbethemas in alle Vermittlungs- und Bildungsangebote einzubauen. Viele bereits existierende Angebote lassen sich um die Welterbeebene ergänzen. Konsequenterweise haben alle nachfolgenden Empfehlungen das Potential, diesen ersten Bedarf zu decken.

Inhaltliche Bausteine zu verschiedenen Teilaspekten der Welterbestätte

Priorität: kurzfristig und fortlaufend

Zielgruppe: alle

Vertiefungsebene: alle

Mit der Formulierung und Bereitstellung von Teilaspekten des Welterbethemas wie zum Beispiel die Entstehung und dem Grundgedanken der Welterbekonvention, die Bedeutung des Welterbetitels oder den einzelnen OUV Schwerpunkten von Haithabu und Danewerk kann dieser inhaltliche Rahmen in unterschiedlicher Intensität in verschiedene Angebote integriert werden. Die Informationen stehen allen Akteur:innen zur Verfügung und bieten gleichzeitig ein gemeinsames Wording, das einen gemeinsamen Auftritt als geschlossene Welterbestätte unterstützt.

Bedarf 2: Vermittlung der Welterbestätte in ihrer Gesamtheit

Durch die topographische Größe der Welterbestätte und den verschiedenen Akteur:innen, sowohl in Bezug auf Vermittlungsangebote als auch in Bezug auf Gemeinden und Besitzverhältnissen, wird die Stätte bisher noch sehr punktuell wahrgenommen. Für die zukünftige Bildungsarbeit wurde daher als Bedarf identifiziert, dass einheitliche Auftritte der Welterbeakteur:innen nach außen geschaffen werden und gemeinsame Interessen und Formate gebündelt werden. Die Darstellung der Gesamtheit der Welterbestätte soll außerdem die Besucherlenkung zwischen den einzelnen Museen verbessern. Die nachfolgenden Formate werden empfohlen um diesen Bedarf zu decken.

Gemeinsame Homepage Welterbestätte Haithabu und das Danewerk

Priorität: kurzfristig

Zielgruppe: Internetnutzer:innen, Besucher:innen, internationale Besucher:innen

Vertiefungsebene: alle

Die bereits 2020 neu in Auftrag gegebene Homepage für die Welterbestätte vereint Akteur:innen aus den Bereichen Marketing, Tourismus, Vermittlung und Denkmalschutz und soll voraussichtlich Ende Februar 2021 online gehen. Sie bildet das Eingangstor zur Stätte und kann deutlich mehr User:innen erreichen, als die Stätte selbst physische Besucher:innen anzieht. Gleichzeitig ist die Homepage der Bereich im Internet, wo man sich ausführlich über die Inhalte und Hintergründe der Welterbestätte informieren kann. Die oben genannten Vertiefungsebenen von Stolper:innen hin zu Expert:innen lassen sich auf der Homepage ideal integrieren.

Im Rahmen der Neugestaltung der Internetseite des Vereins ergab sich die Möglichkeit, einen Bereich für die Welterbebildung gänzlich neu als Lernportal zu konzipieren, ohne größere zusätzliche Kosten zu verursachen. Die weitere Pflege und Aktualisierung dieser Angebote zieht allerdings weiteren personellen Aufwand nach sich.

Die Präsenz des Bildungsbereichs auf der Homepage sollte drei Zwecken dienen: Information, Buchung und Lernplattform. Zur Information gehören die Grundlagen der Bildungsarbeit an Welterbestätten, wie sie die UNESCO vorgibt, das Selbstverständnis, Leitbild und Bildungskonzept der Stätte sowie Informationen über die beteiligten Bildungsakteur:innen. Idealerweise sollte über die Homepage eine Buchung von Bildungsangeboten in einer Art Baukastensystem oder in Schulpaketen möglich sein. Diese können Führungen, Workshops, Materialien (wie z.B. einen Welterberucksack oder -koffer) und Begegnungen z.B. mit den Welterbescouts, Moderator:innen und Expert:innen umfassen. Ein Kombiticket für die beiden größeren Museen WMH und Danewerk ist dabei wünschenswert. Im Bereich der Lernplattform kann ein umfassendes mediales Bildungsangebot und Raum für Austausch und Partizipation geschaffen werden. Wichtige Elemente sind u.a. Arbeitsblätter und (Lehr-)Skripte zum Download, Dokumentationen bisheriger Projekte und deren Ergebnisse sowie Social Media und Videos (wie z.B. YouTube, TikTok, Instagram Stories). Dabei sind sowohl Lehrfilme denkbar als auch von Kindern, Jugendlichen und weiteren Zielgruppen selbst gestaltete Formate, die einen eigenen zielgruppengerechten Ansatz bieten. Teilhabe und Bürgerbeteiligung sind dabei wichtige Stichworte.

Dieses Format bedient mehrere Bedarfe und trägt unter anderem zur Bereitstellung von altersgemäßen Zugängen bei.

Welterberucksack/Weltermekoffer mit Informationen und Materialien bzgl. der Welterbestätte und deren Hauptinhalte

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: externe Bildungseinrichtungen und Veranstaltungsbesucher, Schulen, Besucher:innengruppen vor Ort

Vertiefungsebene: Stolper:innen und Kenner:innen

Die Schulumfrage aber auch die Besucher:innenumfrage in Haithabu haben gezeigt, dass Angebote zum Anfassen und Mitmachen sehr gefragt sind. Sie erleichtern wortwörtlich das „Begreifen“ der Zusammenhänge und bieten vor allem jungen Menschen gute haptische Zugänge zu den Themen Handwerk, Alltagsleben und Archäologie. Im WMH, am Danevirke Museum und auch auf Schloss Gottorf mit dem Gottorf Lab haben sich Hands-on Vermittlungsformate bereits bewährt. Diese gilt es ggf. zu intensivieren und nach außen zu tragen.

Im Outreach-Bereich ist ein etabliertes Format der Verleih von Bildungskoffern an Schulen. Aber auch Hands-on Elemente für Messen und Events erhöhen die Besucher:innenaufmerksamkeit, wie das Welterbebüro des ALSH es bereits praktisch am Tag der Deutschen Einheit 2018 erprobt hat. Ein Welterberucksack für Haithabu und Danewerk sollte daher idealerweise ein Baustein-System haben und je nach Anlass zusammengestellt werden. Ein Koffer für die Verwendung in Schulen sollte eine thematisch passende Verpackung (Kiepe, Wikingertruhe, Tonne) aufweisen und Bildungsmaterialien passend zur Klassenstufe enthalten. Hier ist an eine Mischung aus analogen und digitalen Materialien zu denken. Mögliche Inhalte sind: Arbeitsblätter, Karten, Spiele, Repliken, Filme, Bastelmaterial u.v.m. Die Abstimmung der Inhalte sollte in Zusammenarbeit der Museen erfolgen, um Überschneidungen mit den museumseigenen Themen zu vermeiden und die verschiedenen Zielgruppen für die Museen und deren Bedürfnisse zu berücksichtigen. Für die Nutzung im Gelände entlang des Denkmals ist ein Rucksack als mobiles Format denkbar. Erste Komponenten können aus den von den Scouts gestalteten Formaten ausgewählt werden. In Absprache mit dem ALSH werden ggf. noch in 2020 erste Repliken angeschafft.

Dieses Format bedient mehrere Bedarfe und trägt unter anderem zur besseren Erlebbarkeit der Welterbestätte und zur Schaffung von altersgerechten Zugängen bei.

Apps

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: Kinder, Schüler:innen, Familien, Internetnutzer:innen

Vertiefungsebene: Kenner

Apps, kleine Applikationen bzw. Anwendungen für mobile Endgeräte, gibt es in großer Breite und Vielfalt. Auch der Kultur- und Bildungsbereich nutzt verstärkt diese Vermittlungsformate, da sie praktisch, leicht verständlich und überall mobil einsetzbar sind. Es gibt Apps, die ähnlich einem Audio- oder Medienguide den Museumsbesuch untermalen, aber auch solche, die ohne Besuch eines bestimmten Ortes nutzbar sind und so größere Zielgruppen außerhalb der bereits existierenden Besucher:innengruppen erreichen und diese für die Themen der Stätten interessieren.

Inhalte können z.B. aus dem Bereich der GIS-Visualisierung, aus Fotografien, archäologischen Funden und deren Dokumentation aber auch aus Film und Social Media-Inhalten stammen. Durch die Nutzung auf dem Gerät des Gastes sind viele interaktive Anwendungen möglich, u.a. Besucherlenkung, Umfragen/Bewertungen, Kommentare, Fotowettbewerbe/Gewinnspiele und vieles mehr. Verknüpfungen zu weiteren digitalen Medien (teilen bei Facebook, Twitter, Instagram etc.) sind denkbar und fördern das Community Engagement. Auch spielerische Elemente sind

möglich. Das bietet vor allem für Kinder und Jugendliche eine attraktive Möglichkeit, sich durch gewohnte Mediennutzung mit dem Welterbethema auseinander zu setzen (s.u.).

Es gibt einige App-Lösungen, die ohne eigene Programmierung adaptierbar sind und relativ kostengünstig bis kostenfrei für die Welterbestätte eingesetzt werden können. Darunter *Komoot*, eine kostenlose Wanderapp, die Marketing und Tourismus für Haithabu-Danewerk bereits nutzen. Auch die App *Actionbound* ist relativ günstig nutzbar (ab 70€/Monat). Sie bietet spielerische Rätselformate, die gut für die Vermittlung genutzt werden können, liegt bei der Stiftung bereits vor und ist bei vielen Nutzer:innen bereits bekannt. Spezieller auf den musealen Kontext zugeschnitten ist *useum*, ein dänischer Anbieter. Hier werden multimediale Ausstellungsguides geboten, die auch für das Außengelände (mit Rätselementen) einsetzbar sind. Nach einer Anfangsinvestition von wenigen 1.000 € kostet der laufende Betrieb ähnlich viel wie bei Actionbound. Auch eine Adaption der LimesApp *XPlore* ist denkbar. Synergien könnten sich mit dem Museum4.0 Projekt der Stiftung ergeben, da hier 2021 ein nachnutzbarer Baukasten für Museen entwickelt werden soll. Der Hauptaufwand für eine App-Lösung auf Basis bestehender Programmierungen besteht in der Konzeption und Gestaltung der Inhalte sowie deren Wartung. Von Vorteil ist die dezentrale, mobile Nutzung entlang des ganzen Denkmals, die Repräsentation von Forschungsinhalten und Rekonstruktionen und die Nutzung eigener Geräte durch die Besucher:innen.

Forschungskonsortium zur Zusammenführung der wissenschaftlichen Daten

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: Welterbeakteur:innen

Vertiefungsebene: -

Für die mögliche Konzeptionierung und Durchführung von AR, bzw. VR Formaten muss eine Grundlage mit den wissenschaftlichen Daten zu den einzelnen Orten geschaffen werden, um ein einheitliches Gesamtbild präsentieren zu können. Darüber hinaus wird ein Leitfaden zu Interpretationsmöglichkeiten benötigt, der die Anforderungen des Denkmalschutzes einerseits, und den Spielraum für digitale Rekonstruktionen andererseits darstellt und die Grundlage für zukünftige Projekte dieser Art schafft. Ein Forschungskonsortium zur Zusammenführung dieser Daten ist nicht nur notwendig für die Vermittlung der Stätte als Ganzes, sondern auch, um den Bedarf „Steigerung der Sichtbarkeit und Erlebbarkeit der Welterbestätte“ zu lösen.

Verstetigung der Welterbe-Bildungsarbeit

Priorität: kurzfristig und fortlaufend

Zielgruppe: Welterbeakteur:innen

Vertiefungsebene: -

Um zukünftig eine externe und interne Anlaufstelle für Projekte, Materialien und Kooperationen für den übergeordneten Bereich Welterbebildung zu haben, wird empfohlen, die Welterbebildungsarbeit in Form einer Arbeitsstelle zu verstetigen. Da derzeit noch die nötigen Strukturen für eine Verstetigung fehlen, wird für 2021-2022 eine Projektstelle eingerichtet, um Formate mit sehr hoher und hoher Priorität zu planen und umzusetzen.

Bedarf 3: Steigerung der Sichtbarkeit und Erlebbarkeit der Welterbestätte

Da es sich bei Haithabu und dem Danewerk um eine archäologische Stätte handelt, deren expliziter Wert in Bezug zum Welterbetitel in der Menge der nicht ausgegrabenen archäologischen Funde liegt, ist es unerlässlich, für die Zukunft einen Weg zu finden, den Besucher:innen diesen Wert sichtbar zu machen. Hohes Potential liegt hier in den Bereichen der Digitalisierung und (digitalen) Rekonstruktionen. Aber auch durch abgestimmte personelle Angebote kann die Erlebbarkeit entlang des Walls gesteigert werden.

3D-Fotos

Priorität: langfristig

Zielgruppe: Internetnutzer:innen/Homepage, Besucher:innen

Vertiefungsebene: Stolper:innen, Kenner:innen

Konkrete Funde machen die Stätte und Ihre Archäologie virtuell begreifbar und laden zur Reflektion historischer und aktueller Objekt-Mensch-Beziehungen ein. Objekte können von ALSH und Museen fachlich passend zu den Kernthemen der Welterbestätte gewählt werden. Sie wecken Assoziationen und regen zum Vergleich von heute mit der Wikingerzeit an. Nutzen und Herstellungsweise der Objekte können vermittelt werden und geben Einblick in das Alltagsleben der Wikinger. Funde, die sonst nicht zur Ausstellung kommen, werden der Allgemeinheit zugänglich. Die Fotos sind, einmal angefertigt, für diverse mobile, online und stationäre Medien nutzbar (z.B. Mediaguides, Homepage, Touchscreens im Museum). Die Bildrechte sind zu klären.

Augmented-Reality

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: Internet-/App-Nutzer:innen, lokale Bevölkerung, Schüler:innen

Vertiefungsebene: Stolper:innen und Kenner:innen

Augmented-Reality („erweiterte Realität“) bietet das Potential, historische Zustände zu rekonstruieren, Fotos und Informationen digital vor das Denkmal oder Objekte zu legen und der/dem Besucher:in nach Bedarfen ein anschauliches Bild von der Stätte zu vermitteln. Es handelt sich um ein BYOD-Format, das z.B. in Apps, Mediaguides und Internetseiten integriert werden kann.

Die Augmented Reality bietet diverse Möglichkeiten, die reale Wirklichkeit durch digitale Informationen, Visualisierungen, Bild und Ton zu überlagern und ergänzen. In der Regel geschieht das dadurch, dass ein mobiles Endgerät vor Gebäude, Exponate oder andere Marker gehalten wird und die darauf bezogenen Informationen digital vor die realen Objekte legt (teilweise GPS-gesteuert). Das eröffnet eine Vielzahl an Möglichkeiten, Erlebnisse und Einblicke, aber auch Wissen vor Ort zu vermitteln sowie heute nicht mehr erkennbare Elemente der Welterbestätte digital als Animation oder Grafik wieder auferstehen zu lassen. So kann man vergangene Zustände vermitteln, ohne physische Rekonstruktionen innerhalb oder entlang der denkmalgeschützten Kernzone erbauen zu müssen.

Ein Beispiel ist das Projekt Digitale Speicherstadt aus Hamburg. Hier wurde für die 2015 ausgezeichnete Welterbestätte ein Pilotprojekt der städtischen Digitalisierung gestartet, dessen wichtigstes Element eine AR-App ist. <https://www.hamburg.de/sehenswuerdigkeiten/10070650/speicherstadt-digital-erleben/> Auf einer digitalen Karte sind Marker gesetzt, durch die man Informationen über wichtige Orte und Bauwerke erhält und die heutige Situation mit historischen Fotografien überlagern kann. Unterstützt wird die Vermittlung durch ein eigenes WLAN-Netz und eine VR-Anwendung. AR-Elemente lassen sich gut in Apps aber auch in Webseiten integrieren, bieten jederzeit nach Bedarf abrufbare Informationen und

sorgen für ein digitales Erlebnis draußen am Denkmal. Bei einer App-Lösung sollte das AR-Element daher auf jeden Fall mit betrachtet werden.

Virtual-Reality

Priorität: langfristig

Zielgruppe: Museumsbesucher, insbesondere technikaffine, junge Menschen

Vertiefungsebene: Stolper:innen und Kenner:innen

Virtuelle Realität ist eine technisch aufwendige, aber sehr immersive Vermittlungsform. Sie bietet ähnlich wie in einem 360° Computerspiel virtuelle Welten an, die die/der Besucher:in mittels einer Brille aktiv erkunden und erfahren, sowie z.B. durch einen zusätzlichen Controller interaktiv beeinflussen kann. Der finanzielle Aufwand für Programmierung und Equipment, die Brillen und Controller zur Nutzung für die Gäste sowie die Betreuung der Nutzer:innen ist vergleichsweise hoch (Erstellung: 2-3-stellige Tausenderbeträge). Beispiele für Virtual Reality an einer Welterbestätte wurden z.B. ebenfalls in der Speicherstadt Hamburg (<https://www.hamburg.de/bkm/unesco-speicher-kontore/11703088/praktisches-speicherstadt-digital>) und bei den Pfahlbauten in Zürich (https://www.youtube.com/watch?v=Rk_8911fkXQ) erprobt. Auch auf Schloss Gottorf besteht mit der Globus-VR bereits Erfahrung mit diesem Format.

VR-Stationen mit Brillen sind als besondere Experience in den Museen denkbar, ein „digitales Fernrohr“ outdoor am Denkmal. Virtuelle Realität ist ein Angebot, das am besten in geschlossenen Räumen, also in den Museen funktioniert. Eine Outdoor-Variante findet sich mit dem Archäoskop auf dem Domplatz in Hamburg ([Mit dem "Archäoskop" auf Zeitreise durch Hamburg - AMH, Timescope](#)). Hier ist die VR-Brille in einer festen Säule verbaut und steht Gästen unabhängig von Öffnungszeiten zur Verfügung. Entscheidend ist hier die dauerhafte Stromversorgung. Kommerziell erfolgreich sind an mehreren Standorten sogenannte [Timerides](#), die Animationen und historisches Bildmaterial zu einer Art virtuellen Achterbahnfahrt vereinen. Wollte man eine solche Kooperation eingehen, böte sich eine Fahrt mit dem Wikingerschiff nach Haithabu oder eine Ochsenkarrenfahrt entlang des Danewerk sicher an. Der hohe Erlebnis- aber auch Kostenfaktor macht die VR generell zu einem State-of-the-art-Projekt aber keinem zwingend einzuführenden Angebot.

Personelle Vermittlung in Gewandung

Priorität: langfristig

Zielgruppe: Touristen, Anwohner:innen

Vertiefungsebene: Stolper:innen

Gespräche und Hinweise in der Besucher:innenumfrage auf andere Museen und Welterbestätten haben gezeigt, dass personelle Vermittlung in Gewandung einen starken Anreiz für Besucher:innen ausübt, die Erlebarkeit der Stätte deutlich steigert und viele Anknüpfungspunkte für Gespräche und Interaktionen bietet. Sowohl das Wikinger Museum Haithabu als auch das Danevirke Museum nutzen Vermittlung in Gewandung für Schulklassenangebote oder bei Aktionen oder Märkten. Während die Planung solcher Angebote individuell bei den Museen liegt, wäre es denkbar, für zukünftige Outreach Aktionen, beispielsweise die Teilnahme an Informationsveranstaltungen oder Messen, verschiedene historische Charaktere aus der Wikingerzeit in Haithabu und entlang des Danewerks zu entwickeln. Die Charaktere können entlang eines Skriptes basierend auf den historischen Überlieferungen agieren, die Kernthemen der Welterbestätte können je nach Persönlichkeit mit eingearbeitet werden.

Bedarf 4: Koordinierte Fortbildung von Multiplikator:innen

Um den Wirkungskreis der Welterbestätte innerhalb der Bevölkerung, aber auch bei Touristen auszubauen, ist die personelle Vermittlung des Themas durch Multiplikator:innen unabdingbar. Darunter zählen einerseits die Gästeführer:innen und freien Mitarbeiter:innen, andererseits aber auch Multiplikator:innen in verschiedenen Netzwerken, deren Bewusstsein gegenüber Haithabu und Danewerk als Welterbestätte gestärkt werden soll. Für zukünftige Angebote in diesem Bereich ist es ratsam, eine gemeinsame, einheitliche für alle zugängliche Linie zu finden und klare Verantwortlichkeiten zu definieren. Die folgenden Formate sollen diesem Bedarf Rechnung tragen.

Gästeführer:innenausbildungen

Priorität: kurzfristig und fortlaufend

Zielgruppe: direkt freie Mitarbeiter:innen und Gästeführer:innen, indirekt Touristen entlang der Welterbestätte

Vertiefungsebene: Expert:innen (Gästeführer:innen)

Die Einbindung des Welterbethemas ist, wie bereits in der Bestandsanalyse angedeutet, für jede personelle Vermittlungsoption inhaltlich möglich. Voraussetzung sind Fortbildungen und Schulungen, die die Mitarbeiter:innen nutzen können, um Expertise in den welterberelevanten Themen aufzubauen. Das Fortbildungsangebot und dessen Verstetigung sowie mögliche Zertifizierungen und Zusammenarbeiten, zum Beispiel mit der Ausbildung für Landschaftsführer:innen, sind als wichtiger Bildungsaspekt für die Zukunft identifiziert. Einen ersten Auftakt dazu gab das als Pilotprojekt durchgeführte Gästeführer:innenseminar, das als Kooperationsprojekt vom Kreis Schleswig-Flensburg, dem Haithabu und Danewerk e.V. und dem ALSH angeboten wurde und dessen Evaluierung auf den Abschluss des Bildungskonzeptes fällt. Sowohl der Bedarf an einer regelmäßigen Ausbildung der Gästeführer:innen und freien Mitarbeiter:innen im Bereich Welterbe als auch die Notwendigkeit, diese Ausbildung akteursübergreifend anzubieten, wurden bestätigt. Zukünftig soll die Koordinierung dieser Ausbildung an die Koordinatorenstelle Welterbebildung gehen, die derzeit eingerichtet wird (siehe vorangegangenes Format „Verstetigung der Bildungsarbeit“). Als Ausbildungsschwerpunkt sind verschiedene kostenfreie Veranstaltungen zu bestimmten Aspekten des Welterbes geplant. Auch eine Art Zertifizierung nach Teilnahme an einer bestimmten Anzahl an Fortbildungsterminen ist denkbar, allerdings wurde von einer Eingliederung in das Landschaftsführerzertifikat des BNUR aufgrund der hohen Teilnahmekosten für die Gästeführer:innen vorerst abgesehen.

Fortbildungen zum Thema Welterbestätte Haithabu und Danewerk für weitere Multiplikator:innen

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: externe Bildungseinrichtungen, Lehrer:innen, Schüler:innen, regionale Akteur:innen in den Bereichen Tourismus, Kultur und Bildung

Vertiefungsebene: alle

Neben den Ausbildungen der Gästeführer:innen spielen Schulungen von weiteren dezentralen Multiplikator:innen eine wichtige Rolle, um das Thema der Welterbestätte proaktiv in die Bildungsinstitutionen und das kulturelle Leben einzubringen und somit auch das Angebot an Bildungsprojekten auszubauen. Der Kreis an Multiplikator:innen lässt sich je nach Netzwerk beliebig erweitern. Im Schulnetzwerk wäre ein wichtiger Fokus die Fortbildung von Lehrer:innen, um ein größeres Bewusstsein gegenüber der Welterbestätte Haithabu und Danewerk und deren Angebote aufzubauen. Eine Möglichkeit wäre eine über das IQSH angebotene Fortbildung für Lehrkräfte, die je das Thema Welterbe in Schleswig-Holstein aufgreift. Hier bieten sich auch Zusammenarbeiten mit

beispielsweise dem Wattenmeer oder der Hansestadt Lübeck an. Auch Schüler:innen können im Rahmen von Schulprojekten zu Multiplikator:innen ausgebildet werden (siehe Bedarf 5). Je nach Zielgruppe kann die Vertiefungsebene angepasst werden.

Welterbe-Skript für Gästeführer:innen

Priorität: kurzfristig

Zielgruppe: Gästeführer:innen und freie Mitarbeiter:innen, indirekt Besucher:innen der Welterbestätte

Vertiefungsebene: alle

Durch die Bedarfsanalyse, die Umfragen und Gespräche mit den Vermittlungsakteur:innen sowie Multiplikator:innen hat sich gezeigt, dass das Welterbethema für viele Besucher:innen und Akteur:innen noch schwierig zu greifen ist. Ein verbindliches Wording sowie einfache, kurze und prägnante Erklärungen zu den zentralen Fragen - Was ist Welterbe? Warum sind Haithabu und Danewerk Welterbe? - fehlen bisher. Diese sind aber sowohl in der internen, als auch in der politischen, Marketing- und Bildungs-Kommunikation vonnöten. Daher ist es dringend geboten, zeitnah zielgruppengerechte Materialien mit Kernbotschaften zu gestalten, diese intern abzustimmen und zu veröffentlichen. Es sind derzeit verschiedene Formate in Vorbereitung.

Ein zentrales Skript für alle vermittelnden Akteur:innen, auch für die Moderator:innen und freien Gästeführer:innen, ist notwendig. Dieses soll vor allem sichere Sprachregelungen zum Welterbe, zur UNESCO sowie zum OUV der Stätte bieten. Zu den Kernthemen werden Kernbotschaften für verschiedene Anforderungen und Vertiefungsebenen formuliert, die in der täglichen Arbeit genutzt werden können. Dabei sollen die Zielgruppen Kinder/Jugendliche/Schüler:innen, Stolper:innen/kursorisches Wissen, Kenner:innen/Interessierte und Expert:innen/Fachbesucher:innen angesprochen werden. Auch Orte, an denen sich bestimmte Themen gut erklären bzw. veranschaulichen lassen, können integriert werden. Das Skript wird voraussichtlich Anfang 2021 für den Saisonstart zur Verfügung stehen. Dieses wird Teil eines größeren Fundus an Vermittlungs- und Marketingmaterialien sein, welches das Welterbemanagement derzeit unter dem Arbeitstitel Welterbe Starterpaket konzipiert.

Bedarf 5: Verstärkung der Schulprojekte in Sekundarstufe 1 und 2

Die in der Grundlagenermittlung dargestellte Verknüpfung der Welterbethemen von Haithabu und Danewerk mit den Lehrplänen hat gezeigt, dass es auch neben den bereits vor Ort angebotenen Schulklassenaktionen eine Reihe von Anknüpfungsmöglichkeiten mit Schulen gibt, die für den Outreach Bereich genutzt werden können. Darunter fallen insbesondere die Themen, die auch den internationalen Fokus und die Welterbekonvention aufgreifen. Unter Nutzung von neuen digitalen Möglichkeiten, wie zum Beispiel dem digitalen Klassenzimmer eTwinning, können auch Projekte auf internationaler Ebene durchgeführt werden, was sowohl den interkulturellen Dialog fördert als auch eine deutlich breitere Sichtweise auf Welterbestätten aufgreift. Durch die pandemiebedingten Entwicklungen im digitalen Bereich sind derartige interkulturelle Projekte an Schulen immer besser durchführbar, da die technischen Ressourcen vor Ort ausgebaut werden.

UNESCO Welterbescouts

Priorität: kurzfristig

Zielgruppe: primär Schüler:innen der Klassenstufen 10. bis 13., sekundär Schüler:innen aller Klassenstufen

Vertiefungsebene: Stolper:innen bis Kenner:innen

Ein Pilotprojekt, das während der Ausarbeitung des Bildungskonzeptes gestartet wurde, sind die Welterbescouts. In Kooperation mit der Klaus-Harms-Schule in Kappeln, dem ALSH und dem Wikingermuseum Haithabu sowie dem Danevirke Museum werden im Rahmen einer neu gegründeten Welterbe-AG 16 Schüler:innen zu UNESCO-Scouts ausgebildet. Ziel des Projektes ist der Einsatz der Scouts an regionalen Schulen, um Schulklassen vor ihrem geplanten Besuch im Wikinger Museum Haithabu oder dem Danevirke Museum auf das Thema der Welterbestätte vorzubereiten. Dabei sollen die Scouts von ihnen selbst erarbeitete Formate und Zugänge nutzen. Die Schüler:innen setzen sich dabei nicht nur selbst mit dem Thema auseinander und erarbeiten inhaltliche Formate, sondern lernen gleichzeitig, diese eigenverantwortlich vor anderen Schüler:innen zu präsentieren. Die Ausbildung der Scouts umfasst das Kennenlernen der Welterbestätte, Einarbeitung in das Thema Welterbe und Wikinger, Kennenlernen verschiedener Berufe im Museums-, Denkmalpflege- und Welterbebereich sowie die Konzeption und Ausarbeitung der Formate. Derzeit wird das Projekt über DenkmalAktiv Gelder gefördert, die in erster Linie für Fahrtkosten genutzt werden. In einer zweiten Phase soll das Projekt auch auf dänische Schulen sowie auf lokale Schulen in Schleswig ausgeweitet werden. Organisatorisch müsste bei einer Verstetigung geklärt werden, wie die Fahrtkosten zu den einzelnen Schulen abgedeckt werden können.

Dieses Format deckt mehrere Bedarfe ab, unter anderem auch die Ausbildung von Multiplikator:innen und die Förderung von altersgerechten Zugängen.

Erweiterung des Angebots an Outreach-Projekten mit formalen Bildungseinrichtungen

Priorität: mittelfristig

Zielgruppen: Schüler:innen der Sekundarstufe 1 und 2, Grundschulen, Berufsschulen, Universitäten und Fachhochschulen,

Vertiefungsebene: Stolper:innen bis Kenner:innen

Es wird empfohlen, zukünftig die möglichen Verknüpfungspunkte mit den Lehrplänen, aber auch die Anbindungen an das Programm Bildung für Nachhaltige Entwicklung zu nutzen und in Abstimmung mit den Museen neue dezentrale Bildungsangebote für die oben genannten Zielgruppen zu gestalten. Das Ausmaß dieser Projekte ist individuell gestaltbar je nach Möglichkeiten der Zielgruppen, denkbar sind beispielsweise einzelne Projektstage, Projektwochen, Unterrichtseinheiten oder Workshops, alleine oder im Austausch mit weiteren regionalen, nationalen oder internationalen Bildungseinrichtungen. Dies ist sowohl interaktiv als auch digital in Form von Plattformen wie eTwinning, Videokonferenzen oder digitalen Vorträgen denkbar.

Vorgefertigte Unterrichtseinheiten zur Durchführung am Denkmal und in Kombination der Museen

Priorität: langfristig

Zielgruppe: Bildungseinrichtungen, primär Sekundarstufe 1 und 2

Vertiefungsebene: Stolper:innen bis Kenner:innen

Neben den Outreach-Angeboten können Lehrkräfte zum Lehrplan passende fertige Pakete für die Fächer Geschichte, Erdkunde, Sach- und Heimatkunde, Religion und die BNE mit Schwerpunkt auf das Welterbethema buchen. Dies ist einerseits denkbar in Form von Lehrmaterialien oder medialen Angeboten, die eigenständig vor Ort genutzt werden können, oder durch Anbieten entsprechender Schwerpunkte über die personelle Vermittlung der Museen.

Bedarf 6: Stärkung der regionalen Identifikation mit der Welterbestätte und der Einbindung neu gewonnener Zielgruppen

Der Bildungs- und Vermittlungsdiskurs innerhalb der Welterbestätten ebenso wie der Beteiligungsprozess und die Zielgruppenanalyse haben gezeigt, dass Partizipation der lokalen Bevölkerung künftig im Rahmen der Bildungsarbeit für Haithabu und Danewerk verstärkt werden soll. Darüber hinaus soll durch verschiedene Formate das Angebotspektrum im Rahmen der non-formalen Bildung außerhalb der Museen erweitert werden. Um dies zu gewähren, werden verschiedene, nachfolgende Schritte empfohlen.

Einrichtung und Durchführung von Beteiligungstreffen

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: lokale Bevölkerung, Anwohner:innen, Gemeinden, Vereine

Vertiefungsebene: alle

Um die Bevölkerung entlang der Welterbestätte Haithabu und Danewerk aktiv in die Gestaltung des kulturellen Angebotes einzubeziehen, wird die Durchführung von Beteiligungstreffen innerhalb der verschiedenen Gemeinden empfohlen. Im Rahmen solcher Treffen kann ermittelt werden, was von der lokalen Bevölkerung an Formaten oder Veranstaltungen gewünscht wird und inwieweit Kapazität und Ressourcen für die Durchführung dieser Ideen vorhanden sind. So wird garantiert, dass die daraufhin geplanten Angebote den Bedürfnissen der Bevölkerung entsprechen und die Anwohner aktiv in die Gestaltung der Welterberegion einbezogen werden, was wiederum zu einer verstärkten Identifikation mit der Welterbestätte führt.

Erweiterung der non-formalen Bildungsangebote

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: lokale Bevölkerung, Anwohner:innen, Gemeinden, Vereine

Vertiefungsebene: alle

Basierend auf den Ergebnissen der Beteiligungstreffen (siehe voriges Format) soll das Angebot im non-formalen Bildungsbereich erweitert werden. Dabei werden die lokale Bevölkerung, die Gemeinden, Vereine und Initiativen aktiv in die Kulturarbeit am Welterbe eingebunden, um den Rückhalt in der Region zu stärken. Denkbare Formate sind beispielsweise Workshops, Patenschaften, Vorträge, Feste, gemeinsame Ausstellungen u.ä.

Ein erstes geplantes Projekt ist ein Themengottesdienst der Kirchengemeinde Haddeby. In der regelmäßigen Reihe dieser Themengottesdienste mit dem Titel „Was hat das mit mir zu tun?“ soll das Welterbethema und dessen Bedeutung für die Region aufbereitet und Denkanstöße zur weiteren Auseinandersetzung gegeben werden.

Bedarf 7: Altersgerechte und zielgruppengerechte Zugänge zum Thema, insbesondere Stärkung der Zugänge für junge Leute

Viele der existierenden Angebote richten sich derzeit an erwachsene Zielgruppen, die Schulumfrage und auch die Besucherumfrage haben Bedarfe nach interaktiven und digitalen Zugängen speziell für jüngere Besucher:innen gezeigt. Insbesondere digitale Formate haben im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie einen deutlich erhöhten Stellenwert in der Vermittlung von Kulturstätten, aber auch in der Nutzung von Materialien in Bildungsinstitutionen bekommen.

Interaktive Visualisierungen, Hands-on-Elemente

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: Kinder, Familien

Vertiefungsebene: Stolper:innen

Die Schulumfrage aber auch die Besucher:innenumfrage in Haithabu haben gezeigt, dass Angebote zum Anfassen und Mitmachen sehr gefragt sind. Sie erleichtern wortwörtlich das „Begreifen“ der Zusammenhänge und bieten vor allem jungen Menschen gute haptische Zugänge zu den Themen Handwerk, Alltagsleben und Archäologie. Im WMH, am Danevirke Museum und auch auf Schloss Gottorf mit dem Gottorf Lab haben sich Hands-on Vermittlungsformate bereits bewährt. Diese gilt es zu intensivieren und nach außen zu tragen.

Entlang des Denkmals im Außenbereich empfehlen sich somit Hands-on Stationen an neuralgischen Punkten, darunter z.B. dem Halbkreiswall oder dem Archäologischen Park, aber auch in Hollingstedt an der Treene oder am Ufer auf Höhe des Seesperwerks. Entscheidend für die Platzierung sind die Erreichbarkeit und Frequentierung durch Besucher:innen und die fachlichen Basisinformationen für Storytelling am Ort. Eine solide Verankerung im Boden und eine zerstörungssichere Bauweise der Objekte ist zentral. Dabei müssen denkmalpflegerische Aspekte berücksichtigt werden. Gestalterisch ist an Tastmodelle, -objekte und modulare, klappbare Tafeln zu denken, die z.B. Grabungsbefunde, Fotos oder Grafiken vor die heutige Landschaft legen. Klappen laden zum Entdecken verborgener Informationen ein, bewegliche Teile zum aktiven, spielerischen Lernen. Eine gemeinsame Konzeption bzw. Abstimmung mit Freiraumkonzepten, der Überarbeitung vorhandener Beschilderung und der musealen Vermittlung vor Ort ist unbedingt erforderlich.

Digitale Spielformate (Gamification)

Priorität: langfristig

Zielgruppe: Kinder, Familien, Internetnutzer:innen

Vertiefungsebene: Stolper:innen

Digitale spielerische Formate zur Unterhaltung und Vermittlung von Inhalten bedienen heutige Mediennutzungsgewohnheiten, wecken Emotionen und tragen so zur Kundenbindung bei. Formate wie Kahoot, Actionbound oder Geocaching Spiele erfreuen sich großer Beliebtheit und untermalen Schul- oder Familienausflüge. Beiläufig lassen sich so Fachinformationen mit Erlebnissen kombinieren. Emotionen weckt z.B. die Kommunikation mit einem Maskottchen oder einem digitalen Assistenten, der auch Fragen beantwortet. Diese Art persönliche Ansprache ist mittels einfacher KI (Künstliche Intelligenz) möglich, hier zeichnet sich ein neuer Trend ab. Aber auch klassische Rate- und Suchspiele wie Quizze, kreative Angebote wie Grafiken ausmalen, Fotos machen und Memes erstellen und teilen schaffen Besucher:innenengagement.

Videos

Priorität: mittelfristig

Zielgruppe: Junge Menschen/Schüler:innen, Interessierte, Internetnutzer:innen

Vertiefungsebene: Stolper:innen, Kenner:innen

Film und Videoformate sind im Alltag der Besucher:innen stets präsent. Verstärkt hat sich diese Entwicklung speziell bei jüngeren Zielgruppen durch Internetangebote wie YouTube oder aktuell TikTok. Aber auch Schulen setzen gern auf filmisches Lehrmaterial. Speziell für die dezentrale Anwendung in Pandemiezeiten, an Schulen und anderen Bildungsorten, bieten sich digitale Filmformate an. Lehrvideos und multimediale Vorträge bringen die Welterbeinhalte auf jeden Bildschirm. Filmmaterial kann, wie beispielsweise in 2019 bereits geschehen, auch in Zusammenarbeit mit Schüler:innen gestaltet werden. Dieser partizipative Ansatz verspricht eine bessere Ausrichtung der Videos auf die Zielgruppe junge Menschen und ermöglicht neben der Welterbebildung auch die Medienpädagogik einzubinden. Kostenlose technische Unterstützung bietet z.B. der Offene Kanal SH. Eine Verbreitung ist über die Homepage und die Social-Media-Kanäle der Stätte möglich und macht einmal erstellte Videos langfristig verfügbar.

Ein eigener YouTube-Kanal würde das Profil der Welterbestätte stärken und macht ihre Inhalte auch für jüngere Generationen zugänglich. Ergänzend kann man über eine Präsenz bei TikTok nachdenken. YouTube wird von vielen Nutzer:innen nicht nur zur Unterhaltung, sondern vermehrt zur Information und Wissensvermittlung genutzt, auch von wissenschaftlichen Profis. Sich hier ebenfalls als Experte zu positionieren ist sinnvoll, zieht aber, wenn auf Dauer angelegt, größeren Personal- und Kostenaufwand nach sich. Sinnvoll ist sicher, einzelne, informative, partizipative oder imagebildende Formate zu gestalten, die eine hohe Nachnutzbarkeit versprechen. Auch aufgezeichnete oder Live Videokonferenz-Vorträge tragen das Welterbe wirkungsvoll in die Bildungseinrichtungen, Schulen und die Bevölkerung hinein. Outreach, dezentrale Nutzung und Erreichen der Zielgruppen auch unter Corona-Bedingungen sind dabei wichtige Schlagwörter.

Soziale Medien

Priorität: sehr hoch

Zielgruppe: Junge Menschen, lokale Bevölkerung, Interessierte

Vertiefungsebene: Stolper:innen

Generell ist eine verstärkte Einbindung des Bildungsbereichs in die Social Media Strategie der Welterbestätte empfehlenswert. Einige Kanäle dafür sind mit Facebook und Instagram bereits vorhanden und können je nach Zielgruppe, weiterer technischer Entwicklung und aktuellen Trends – Finanzierung vorausgesetzt – erweitert werden. Gerade im Bereich Community-Aufbau und -Pflege, Partizipation und in der Zusammenarbeit mit jüngeren Zielgruppen bieten die sozialen Medien eine gute Grundlage. Sie ermöglichen eine Reihe von interaktiven Formaten und Content-Co-Kreation. Auch zur Imagebildung der Welterbestätte als Lernort können sie entscheidend beitragen. Bildungsangebote erzielen als Teil einer ausgewogenen Social Media Strategie größere Reichweiten und höhere Buchungszahlen. Bildungsangebote zum zu Hause online nutzen ermöglichen Kundenbindung und -gewinnung auch in Zeiten, in denen persönliche Besuche der Stätte nicht möglich sind.

Ein partizipatives Pilotprojekt der Welterbebildung waren in 2020 aufgenommene Videos von Anwohner:innen am Welterbe, die ihre persönliche Perspektive auf die Stätte in kurzen Clips für

Facebook mitteilen. Dies stärkt die Bindung der Region und Bevölkerung an die Welterbestätte und gibt ihr ein (oder mehrere) Gesicht(er). Die Clips sollen im Winter 2020/21 online gehen und das Projekt soll bei Erfolg weitergeführt werden.

Audioformate

Priorität: langfristig

Zielgruppe: Internetnutzer:innen, Besucher:innen, Schulklassen (Medienpädagogik), lokale Bevölkerung

Vertiefungsebene: Kenner:innen

Audioformate lassen sich mit einfachsten Mitteln selbst produzieren, ein Handy und eine App genügen. So bietet sich Audio als optimales Format für partizipative Projekte und Medienpädagogik an. Längere, fachlich anspruchsvolle Podcasts sind dabei eher für Erwachsene relevant, musikalische Projekte und Hörspiele auch für Kinder und Schulklassen. Bei der Umsetzung mit Kindern und Jugendlichen bietet der offene Kanal kostenlos technische Unterstützung und Sendemöglichkeiten. Als Audiotour im Museum oder in einer mobilen App bzw. im Internet auf diversen Portalen sowie in werblichen Formaten sind Audio-Elemente einfach und vielfältig einzubinden und unkompliziert zu konsumieren. Bei anspruchsvolleren Produktionen fällt ggf. die Buchung eines Tonstudios und professioneller Sprecher an. Audio-Formate bieten die Möglichkeit, relativ aktuell bzw. kurzfristig Themen aufzugreifen und kostenbewusst und partizipativ zu produzieren und sollte deshalb für die Bildungsarbeit mit in Betracht gezogen werden.

Bedarf 8: Tiefergehende Auswertungen von Besuchsstatistiken und Evaluation von Angeboten

Für die zukünftigen Angebote der Welterbebildung ist von Anfang an eine begleitende Evaluierung einzuführen. Diese garantiert, dass die Angebote laufend optimiert werden können und feste Kriterien angelegt werden können, um die Passgenauigkeit für und Annahme durch die Zielgruppen festzustellen.

Umfragen und Feedbackbögen

Priorität: kurzfristig und fortlaufend

Zielgruppe: Besucher:innen

Vertiefungsebene: alle

Standardisierte Fragebögen sollten vor allem bei Gruppenbuchungen nach dem Besuch bzw. nach einer Veranstaltung vor Ort (bei Outreach, dezentralen Angeboten) ausgegeben werden. Sie können der Buchungsbestätigung oder Rechnung beigelegt werden z.B. auch als Link zu einer digitalen Umfrage. Dafür ist ein geeignetes digitales Umfragetool auszuwählen.

Stichprobenartige Evaluationen vor Ort in den Museen wie zum Start des Projekts können zusätzlichen Aufschluss geben und machen die Zielgruppe der Einzelbesucher:innen auswertbar. Umwelt- und benutzerfreundlich sind vor allem digitale Fragebögen bzw. quizartige Formate (auf einem Touchscreen im Museum, online oder als App). Hier könnten auch Incentives wie Tickets oder Artikel aus den Museumsshops verlost werden. Eine Feedbackstation bestehend aus einem Tablet auf einem Pult/Stativ könnte jeweils am Ausgang aus den Ausstellungen stehen.

Die Fragebögen müssen neben marketingrelevanten Faktoren wie Besuchszahlen, Altersgruppe, regionale Herkunft, Tagesgast/Urlauber etc. auch den Erfolg bei der Erfüllung der Vermittlungsziele messen können. Qualitative Fragestellungen und offene Feedbackfelder sollten daher integriert werden. Für viele Formate zum Communitybuilding und Outreach ist es schwerer, das Engagement in Zahlen zu messen. Hier sollten ggf. qualitative Feedbackrunden nach Veranstaltungen etabliert und Kommunikationskanäle geöffnet werden.

Eine Integration der Welterbeevaluierung in die allgemeine Besucher:innenforschung an den Museen ist möglich und diese könnte von den hier geschaffenen Strukturen profitieren bzw. gemeinsam mit ihr einheitlich neu konzipiert werden.

Für die Umsetzung der Evaluationskanäle sind die Fachbereiche Marketing, Service und Kommunikation bei allen Akteur:innen einzubinden. Eine zusätzliche Einbindung von einem Fragenkomplex zum Welterbe in touristische Studien (z.B. die Gästebefragung in Schleswig durch die OFS) setzt den Erfolg der Welterbebildung in den regionalen touristischen Gesamtzusammenhang.

Bedarf 9: Berücksichtigung des Themas Barrierefreiheit

Das Thema Barrierefreiheit soll sowohl auf Empfehlung der UNESCO als auch basierend auf der Besucher:innenumfrage verstärkt bei der Konzipierung und Durchführung neuer Angebote mitgedacht werden. Ein erstes Angebot wurde in der Laufzeit des Bildungskonzeptes vom Danevirke Museum und dem ALSH erstellt, die einen Flyer zum Thema Welterbestätte Haithabu und Danewerk in leichter Sprache konzipiert haben. Auch die unter Bedarf 2 vorgestellte Homepage soll einen barrierefreien Zugang haben. Prinzipiell sollte bei jedem neuen Angebot überdacht werden, inwieweit von Anfang an inklusive Ansätze integriert werden können. Für die Konzipierung von konkret barrierefreien Projekten sollte allerdings zuerst eine Bedarfsanalyse durchgeführt werden.

Berücksichtigung des Themas Inklusion bei zukünftigen Angeboten

Priorität: kurzfristig und fortlaufend

Zielgruppe: alle

Vertiefungsebene: alle

Als Welterbestätte ebenso wie als kulturelle Institution und außerschulischer Lernort sollte Inklusion bei der Konzipierung neuer Angebote stets mitgedacht werden. Formate sollten so inklusiv wie möglich sein, um die Bedürfnisse aller Besucher zu berücksichtigen. Dabei werden nicht nur körperliche Beeinträchtigungen, sondern auch ökonomische, geschlechtliche oder soziale Situationen mitbedacht.

Bedarfsanalyse und Informationstreffen mit Akteur:innen aus dem Bereich Barrierefreiheit

Priorität: langfristig

Zielgruppe: zu ermitteln

Vertiefungsebene: zu ermitteln

Um gezielt barrierefreie Bildungsangebote zu konzipieren, ist es nötig, zuerst eine Bedarfsanalyse durchzuführen. Zu diesem Zweck wird empfohlen, Informationstreffen mit relevanten Akteur:innen aus dem Bereich Barrierefreiheit und Inklusion durchzuführen, um zu ermitteln, welche Zielgruppen verstärkt angesprochen werden sollen und was deren Bedürfnisse sind. In Schleswig würde sich beispielsweise ein Austausch mit capito Schleswig-Holstein anbieten.

Fazit

Die im vorangegangenen Teil aufgelisteten Formate sind unverbindliche Empfehlungen für die zukünftige Bildungsarbeit entlang der Welterbestätte Haithabu und Danewerk. Einige Projekte wurden bereits im Laufe des Beteiligungsprozesses begonnen, wie zum Beispiel die gemeinsame Homepage oder das Projekt der Welterbescouts. Auch das Starterpaket befindet sich bereits in der Konzeptionsphase. Zukünftig bleibt zu gewichten, welche Formate und Projekte in welchem Umfang durchzuführen sind. Während einige von ihnen kurzfristig und ohne große Investitionskosten umsetzbar sind, benötigen andere, vor allem im digitalen Bereich, ggf. eine detaillierte Machbarkeitsstudie und längerfristige Planung und Finanzierung. Mögliche Finanzierungsansätze werden im folgenden Abschnitt vorgestellt.

3.2 Finanzierungsmöglichkeiten

Je nach Umfang kommen für die empfohlenen Formate unterschiedliche Finanzierungsmöglichkeiten in Frage. Einzelne konkret umzusetzende Bildungsformate können durch weitere Drittmittelgeber:innen unterstützt werden. Regionale Kulturprojekte können durch die Kulturstiftung Schleswig oder die Stiftungen der regionalen Banken und Sparkassen (z.B. Sparkassenstiftung oder Nospa) gefördert werden. Dies ist insbesondere bei der Umsetzung von non-formalen Bildungsangeboten innerhalb der Gemeinden, bei Schulprojekten oder bei der Erstellung der Welterbekoffer möglich.

Weitere Fördermöglichkeiten, insbesondere im Rahmen von Schulprojekten, sind ggf. über die LKJ – Bündnisse für Bildung und das Interreg-Programm für deutsch-dänische Kooperationen denkbar. Dazu kommen weitere, themengebundene Landes- und Bundesfördertöpfe, z.B. im Bereich Digitalisierung, Soziokultur und BNE. Das Projekt der Welterbescouts wird in seiner Pilotphase über Gelder von DenkmalAktiv gefördert, die über die UNESCO Schule Kappeln als Projektträgerin beantragt wurden. Auch hier bieten sich zukünftig weitere Möglichkeiten für Projektförderungen. Auch über die Kulturstiftung der Länder lassen sich ggf. Projekte finanzieren. Für Fort- und Weiterbildungen kann ggf. eine Förderung über die Investitionsbank SH in Frage kommen.

Auch auf Bundesebene besteht je nach Umfang und Inhalt des Projektes ggf. Zugriff auf Fördermittel. Das Bundesministerium für Bildung und Forschung fördert mit dem Programm „Kultur macht stark“ außerschulische Kulturangebote für Zielgruppen, die einen eingeschränkten Zugang zu Bildung haben. Die Kulturstiftung des Bundes fördert zweimal jährlich größere Kulturprojekte und legt inzwischen einen Schwerpunkt auf die Förderung von digitalen Projekten in Kulturinstitutionen. Darunter fällt u.a. das Programm „Coding da Vinci“, in dem IT-Spezialisten mit Kulturinstitutionen im Rahmen eines Hackatons zusammenarbeiten um innovative Formate zu finden, die die digitalen Bestände der Museen der/dem Besucher:in zugänglich machen.

Auch die Weiterführung und thematische Bündelung der Bildungsarbeit an der Welterbestätte und die Umsetzung des vorliegenden Konzeptes rufen in den nächsten Jahren weitere Kosten auf. Die Personalkosten für die einzurichtende Koordinationsstelle Welterbebildung werden voraussichtlich ab Februar 2021 für knapp 2 Jahre über ein Anschlussprojekt unter Förderung der AktivRegion Schlei Ostsee, in Trägerschaft der Stiftung Landesmuseen und unter Ko-Finanzierung des Welterbebüros (ALSH) getragen. Eine weitere Verstetigung der Koordinatorenstelle unter enger Anbindung an den Welterbeverein ist geplant, die langfristige Finanzierung noch zu klären.

3.3 Zukünftige Aufgaben und Organisationsstrukturen

Die Erkenntnisse, die im Laufe der Erstellung des Bildungskonzeptes im Austausch mit den Akteur:innen gewonnen wurden, ebenso wie die organisatorische Umsetzung der meisten bereits in der Umsetzung befindlichen Projekte zeigen deutlich, dass neben den Empfehlungen für künftige Formate geklärt werden muss, wie die Bildungsarbeit der Welterbestätte Haithabu und Danewerk in der Zukunft strukturell und organisatorisch aufgeteilt und durchgeführt wird. Die anfallenden Aufgaben und das unter Bedarf 2 vorgeschlagene Format „Verstetigung der Bildungsarbeit“ wird daher in den nachfolgenden Kapiteln noch einmal genauer dargestellt.

Aufgaben Bildungsarbeit

Teilaufgabe bei der Erstellung des Bildungskonzeptes war es, einen Vorschlag zu erarbeiten, wie die Bildungsarbeit der Welterbestätte zukünftig strukturell aussehen und wo sie organisatorisch angesiedelt werden kann, um Verantwortlichkeiten zu klären und die Aspekte der Welterbethematik nachhaltig, langfristig und qualitativ hochwertig zu verankern.

Zukünftig ergeben sich insbesondere im Bildungsbereich, museumsübergreifend Aufgaben, die basierend auf den Anforderungen als Welterbestätte und den in den vorigen Kapiteln ermittelten Bedarfen bedacht werden müssen. Dazu gehören:

- Planung, Koordinierung und Begleitung von Kooperationsprojekten im Bereich Welterbebildung mit
 - o Schulen
 - o Kindergärten
 - o Institutionen/Trägern von außerschulischen Lernorten
 - o Lokaler Bevölkerung, Interessengruppen, Vereine
 - o Langfristig in Kooperation mit anderen Welterbestätten
 - o Ggf. Tourismus Anbietern
- Netzwerkpflege im Bereich Welterbe und Welterbebildung
 - o Austausch und Mitarbeit im Arbeitskreis „World Heritage Education“
 - o Austausch mit anderen Welterbestätten (national und international), der DUK und anderen welterberelevanten Institutionen
 - o Austausch im Bildungsnetzwerk (UNESCO-Schulen, Schulen allgemein, Universitäten, welterberelevanten Studiengängen)
 - o Auftritte auf Informationsveranstaltungen
 - o Offizieller Ansprechpartner für Fragen bzgl. Welterbebildung und Vermittlung, Koordinierung der Einsätze (z.B. Scouts, Fortbildungen, Infoveranstaltungen), ggf. Weiterleitung an Akteur:innen
- Ausbildung von Multiplikatoren, z.B.
 - o Welterbescouts
 - o Fortbildungen (in Zusammenarbeit mit den Akteur:innen), Gästeführer:innenschulungen
- Erarbeitung, Koordinierung und Pflege von welterberelevanten Materialien
 - o z.B. Welterberucksäcke, Materialien für Schulen, Materialien für Veranstaltungen
 - o Erarbeitung und Pflege von digitalen Vermittlungsangeboten
- Pflege Bildungsbereich Homepage
- Akquise und Verwaltung/Einsatz von Drittmitteln, Projektmanagement für Bildungsprojekte

- Fortlaufende Evaluierung bestehender Angebote
- Weiterentwicklung von Bildungsangeboten

Trägermodell/Organigramm

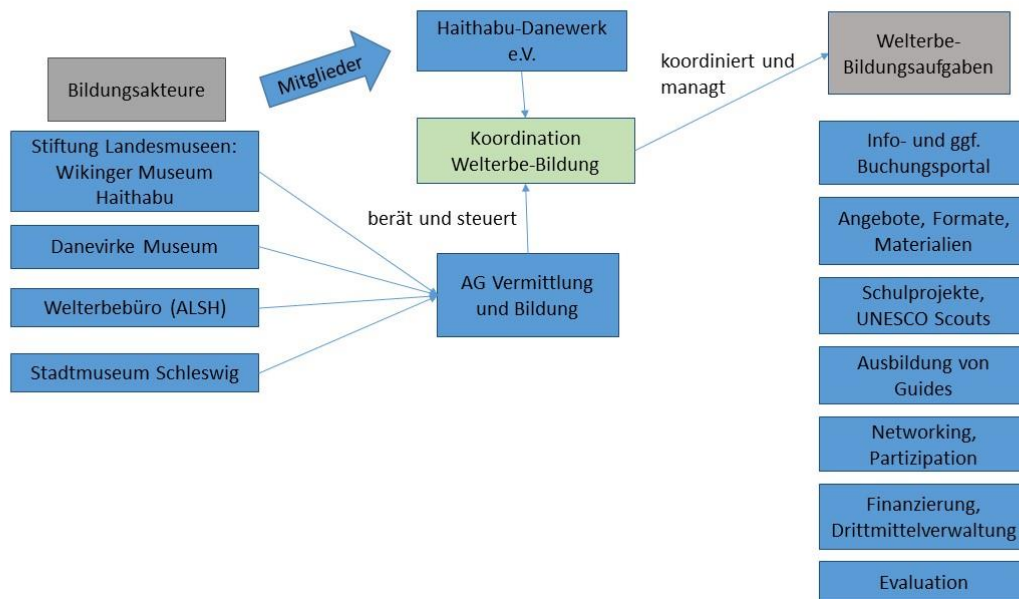
Da bei den Akteur:innen derzeit die personellen Ressourcen für die Wahrnehmung der ermittelten Aufgaben fehlen, soll bezüglich zukünftiger Weiterbebildung eine Koordinationsstelle geschaffen werden, bei der Bildungs- und Vermittlungsangebote im Bereich Welterbe zusammenlaufen, geplant und koordiniert werden. Gleichzeitig soll die Stelle Anlaufpunkt für die Akteur:innen sein, wenn es um Netzwerke, Kooperationen und die inhaltliche Planung von weiterbespezifischen Bildungsangeboten geht.

Längerfristiges Ziel ist es, die Stelle zu verstetigen um auf Dauer eine qualitativ hochwertige Bildungsarbeit für die Meta-Ebene Welterbe anbieten zu können. Eine Mehrzahl der Akteur:innen sprach sich bei einer Ansiedlung dieser Personalstelle beim Verein Haithabu und Danewerk e.V. aus. Allerdings fehlen dem Verein derzeit noch die nötigen Strukturen, um Personal zu beschäftigen. Eine mögliche Lösung wäre, eine Personalstelle mit einem konkreten Entsendungsauftrag bei einem der anderen Akteur:innen anzusiedeln.

Für die Übergangszeit werden Gelder für eine zweijährige Koordinationsstelle über die AktivRegion beantragt. Projektträgerin ist die Stiftung der Schleswig-Holsteinischen Landesmuseen, weitere Ko-Finanzierungen werden vom ALSH und der Stadt Schleswig beigetragen. Die Koordinationsstelle soll in enger Abstimmung mit der AG Vermittlung agieren, die künftig unter der Bezeichnung AG Vermittlung und Bildung läuft. Die AG Vermittlung und Bildung stimmt einheitliche Richtlinien für die Weiterbebildung sowie Formate und Angebote aufeinander ab. Die noch permanent einzurichtende Koordinationsstelle für Weiterbebildung koordiniert die Zusammenarbeit in der AG, wirbt Drittmittel ein, verwaltet diese, konzipiert und setzt Projekte spezifisch zur Weiterbebildung um. Sie bildet in enger Kooperation mit den Museen Multiplikator:innen, wie z.B. Moderator:innen der Museen und selbständige Gästeführer:innen, aus und evaluiert die Bildungsarbeit an der Welterbestätte, um die Angebote stets auf dem aktuellen Stand der Forschung zu halten und für die Zielgruppen zu optimieren.

Als mögliches Modell für eine längerfristige Koordination der Weiterbebildung wurde in Abstimmung mit den Akteur:innen folgendes Organigramm entworfen:

Trägermodell / Organigramm Welterbe-Bildung



4. Zusammenfassung des Bildungskonzeptes

Das vorliegende Bildungskonzept wurde in Auftrag gegeben, um die zusätzlichen Bedarfe im Bereich Welterbebildung auszuloten, die durch die Auszeichnung von Haithabu und Danewerk als Weltkulturerbestätte 2018 entstanden sind, und Empfehlungen zu geben, wie diese zukünftig zu decken sind. Es wurde von Dezember 2019 bis Dezember 2020 in enger Kooperation mit allen Bildungsakteur:innen der Stätte (der AG Vermittlung und Bildung) ausgearbeitet.

Als Basis für die Konzeptionsarbeit dienten die Vorgaben der UNESCO, die bestehenden Angebote und Bedarfe der Akteur:innen, Lehrpläne und das Bildungsprogramm der UNESCO zur BNE, Erhebungen bei Gästen der Museen und Lehrkräften in Schleswig-Holstein sowie Benchmarks von anderen Welterbestätten und aktuelle Fachdiskurse. Zusätzlich flossen Erkenntnisse aus Netzwerktreffen, Fortbildungen und Fachtagungen ein.

Das Konzept legt mit den Akteur:innen gemeinsam erarbeitete Grundsätze und Leitlinien für die weitere Bildungsarbeit am Welterbe Haithabu und Danewerk fest. Dieses Programm bietet Orientierung bei der Gestaltung zukünftiger Angebote, garantiert ein einheitliches Auftreten der Bildungsarbeit der Stätte nach außen und ist grundlegend bereits im aktuellen Managementplan verankert.

Zentrale Empfehlung des Konzepts ist eine Verstärkung der gemeinsamen Bildungsarbeit an der Welterbestätte, garantiert durch die Einrichtung einer Koordinationsstelle für die zusätzlich entstandenen Aufgaben speziell im Bereich Welterbebildung. Dazu kommt eine ständige Vernetzung und Abstimmung mit allen aktiven Bildungsakteur:innen im Rahmen der AG Vermittlung und Bildung. Die Koordinationsstelle hält über die AG eine enge Bindung an die Museen, das Welterbebüro beim ALSH und den Haithabu-Danewerk e.V. aufrecht.

Zusätzlich wurden konkrete Empfehlungen für Formate gegeben, die die aufgedeckten Bedarfe decken können. Diese umfassen folgende Themenbereiche:

- Einbindung der Welterbekonvention und des internationalen Kontextes in alle Angebote
- Einheitliches Wording und Vermittlungsbausteine OUV Haithabu-Danewerk
- Schulkoperationen und zielgruppengerechtes Lehrmaterial
- Angebote für Kinder, Jugendliche und Familien (Hands-on)
- Fortbildungsangebote für Lehrkräfte und Multiplikator:innen
- Teilhabe und Barrierefreiheit
- Partizipation
- Digitale Angebote

Die vergangenen Monate unter Einfluss der Corona-Pandemie haben noch einmal verstärkt gezeigt, wie wichtig dezentrale, Outreach- und vor allem digitale Angebote für Kultur- und Bildungseinrichtungen heutzutage sind. Um alle Zielgruppen effektiv, qualitativ hochwertig und ortsungebunden zu erreichen und zu binden und eine Ballung am Denkmal zu vermeiden (Denkmalschutz, Overtourism, Abstand, Teilhabe/Barrierefreiheit), bieten sich die neuen Medien an. Die Tendenz, auch Bildungsangebote vermehrt online zu verbreiten und zugänglich zu machen (MOOCs, Lehrvideos/Tutorials, Seminare), die seit der breiten Einführung des Internets begonnen hat, wurde durch Corona auch im formalen Bildungsbereich zu einer Notwendigkeit (Online Home Schooling). Darauf müssen Kultur- und Bildungseinrichtungen, wie auch Welterbestätten, reagieren, um relevant zu bleiben und auf die Nutzungsgewohnheiten ihrer Besucher:innen einzugehen.

Die Umsetzung der empfohlenen Formate durch die Koordinationsstelle stellt den konkreten Auftrag aus dem Konzept für die Zukunft dar. Die Aufgabenverteilung (Kompetenzen), Festlegung von Organisationsstrukturen sowie die mögliche zukünftige Finanzierung wurden mit betrachtet.

Des Weiteren wird eine laufende Evaluation der Bildungsangebote und Erforschung der Zielgruppen angeraten. Diese bietet die Basis für Erweiterungen der Angebote und ihre Optimierung für die Zielgruppen und aktuelle Bedarfe.

Das Konzept hat bereits in der Entstehungsphase begonnen, ein fachliches Netzwerk zu etablieren und fruchtbare Kontakte zur Bildungslandschaft (besonders den regionalen und UNESCO-Schulen), Bevölkerung, Multiplikator:innen und der Fachwelt im Bereich Vermittlung und (Welt-)Kulturerbe aufzubauen, die allen Akteur:innen an der Welterbestätte zukünftig zur Verfügung stehen. Dies unterstützt aktiv die Einbindung der Welterbestätte in die Region und erleichtert die Kommunikation, das Marketing und die Akquise von Kooperationspartnern und die partizipative Zusammenarbeit an der Welterbebildung für Haithabu und das Danewerk.

Einen Ausblick auf die weitere Arbeit bietet ein derzeit laufender Antrag über die AktivRegion Schlei-Ostsee, die eine Einrichtung der Koordinationsstelle für zunächst 2 Jahre in Aussicht stellt. Eine weitere Verstärkung der Bildungsarbeit, unter enger Anbindung an den Haithabu-Danewerk e.V. und die Akteur:innen, ist geplant.

Die Verfasserinnen möchten allen Akteur:innen und Netzwerkpartner:innen ihren Dank für den fachlichen Input, die Einblicke in die Vermittlungsarbeit und die konstruktive Zusammenarbeit aussprechen.

Friederike Malisch-Johnigk

Kerstin Tolkieln

5. Quellenangaben

Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein (2018): The Archaeological Border Landscape of Hedeby and the Danevirke, [online] <https://whc.unesco.org/en/list/1553/documents/> [letzter Zugriff am 21.06.2021].

Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein (2020): Managementplan UNESCO-Welterbe Haithabu und Danewerk 2020-2030, [online] https://www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/ALSH/Welterbe/artikel/welterbemanagement/managementplan_2020-2030_start.html [letzter Zugriff am 21.06.2021].

Archäologisches Landesamt Schleswig-Holstein (2021): Vermittlungssystem zur Denkmal- und Umweltbildung für Haithabu und Danewerk, [online] https://www.schleswig-holstein.de/DE/Landesregierung/ALSH/Welterbe/artikel/projekte-aktivitaeten/pdf/vermittlungssystem_denkmal- und umweltbildung.pdf? blob=publicationFile&v=1 [letzter Zugriff am 29.06.2021].

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2017): Nationaler Aktionsplan Bildung für Nachhaltige Entwicklung, [online] https://www.bne-portal.de/files/Nationaler_Aktionsplan_Bildung_f%c3%bc_r_nachhaltige_Entwicklung_neu.pdf [letzter Zugriff am 29.06.2021].

Bundesministerium für Bildung und Forschung (2020): Bildung für Nachhaltige Entwicklung – Portal, [online] <https://www.bne-portal.de/de/einstieg-1701.html> [letzter Zugriff am 02.12.2020].

Bundesverband Museumspädagogik e.V. (2011): *Mit Qualität! – Kulturelle Bildung und Vermittlung im Museum*. In: Standbein Spielbein. Museumspädagogik aktuell Nr. 89.

Deutscher Museumsbund e.V. (2008): Qualitätskriterien für Museen: Bildungs- und Vermittlungsarbeit, [online] <https://www.museumsbund.de/wp-content/uploads/2017/03/qualitaetskriterien-museen-2008.pdf> [letzter Zugriff am 29.06.2021].

Deutscher Museumsbund e.V. und Bundesverband Museumspädagogik e.V. (2020): Vision. Bildungsort Museum, [online] [bildungsvision.pdf \(museumsbund.de\)](https://www.museumsbund.de/bildungsvision.pdf) [letzter Zugriff am 29.06.2021].

Deutsche UNESCO Kommission (2014): UNESCO Roadmap zur Umsetzung des Weltaktionsprogramms „Bildung für Nachhaltige Entwicklung“, [online] https://www.bmbf.de/files/2015_Roadmap_deutsch.pdf [letzter Zugriff am 29.11.2020].

Deutsche UNESCO-Kommission (2018): Welterbe vermitteln – Handreichung zu Informationszentren im Welterbe, [online] https://www.unesco.de/sites/default/files/2018-12/Handreichung%20Informationszentren%20im%20Welterbe_DUK.pdf [letzter Zugriff am 29.06.2021]

Deutsche UNESCO Kommission (2006): UNESCO-Welterbe in Deutschland. Resolution der 66. Mitgliederversammlung, [online] <https://www.unesco.de/mediathek/dokumente/deutsche-unesco-kommission/resolutionen-der-deutschen-unesco-kommission> [letzter Zugriff am 10.12.2020].

Dornbusch, R., Hansell, F. und Manz, K. (2016): Welterbe vermitteln – ein UNESCO-Auftrag. Publikation zur Tagung, in: *Industriearchäologie. Studien zur Erforschung, Dokumentation und Bewahrung von Quellen zur Industriekultur, Band. 19*.

Kunz-Ott, Hannelore (2017 / 2016): Das Bildungskonzept – ein Grundpfeiler musealer Arbeit, in: KULTURELLE BILDUNG ONLINE [online] <https://www.kubi-online.de/artikel/bildungskonzept-grundpfeiler-musealer-arbeit> [letzter Zugriff: am 11.12.2020].

Ministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur
des Landes Schleswig-Holstein (2020): Lehrpläne des Landes Schleswig-Holsteins, [online] <https://lehrplan.lernnetz.de/> [letzter Zugriff am 02.12.2020].

Nettke, Tobias (2017 / 2016): Was ist Museumspädagogik? – Bildung und Vermittlung in Museen, in: KULTURELLE BILDUNG ONLINE, [online] <https://www.kubi-online.de/artikel/was-museumspaedagogik-bildung-vermittlung-museen> [letzter Zugriff am 30.10.2020]





Tilden, Freeman (1957): *Interpreting Our Heritage, 3rd edition*. University of North Carolina Press, Chapel Hill.








UNESCO, 1972: Übereinkommen zum Schutz des Kultur-und Naturerbes der Welt, [online]. https://www.unesco.de/sites/default/files/2018-02/UNESCO_WHC_%C3%9Cbereinkommen%20Welterbe_dt.pdf [letzter Zugriff am 29.06.2021].

UNESCO, 2017: Richtlinien für die Durchführung des Übereinkommens zum Schutz des Kultur-und Naturerbes der Welt, WHC.15/01, [online] https://www.unesco.de/sites/default/files/2018-01/UNESCO_WHC_Richtlinien_2015_Amtliche_Uebersetzung_AA_Juni_2017.pdf [letzter Zugriff am 02.12.2020].








UNESCO (2002): The Budapest Declaration on World Heritage, [online] <https://whc.unesco.org/en/documents/1334> [letzter Zugriff am 29.06.2021].


6. Anhang

Überblick des Empfehlungskatalogs gemäß der ermittelten Bedarfe			
Bedarf	Formatsvorschlag	Ziel	Priorität
1. Brückenschlag zu der Welterbekonvention und dem internationalen Kontext	Inhaltliche Bausteine zu verschiedenen Teilaspekten der Welterbestätte	Das Welterbethema kann in alle Vermittlungsformate integriert werden.	kurzfristig und fortlaufend 
2. Vermittlung der Welterbestätte in ihrer Gesamtheit	Gemeinsame Homepage Welterbestätte Haithabu und das Danewerk	Der Besucher hat eine zentrale Anlaufstelle für die Welterbestätte Haithabu und Danewerk. Die Stätte wird in ihrer Gesamtheit dargestellt und die verschiedenen Akteure vorgestellt. Unter der Teilkategorie Welterbebildung stehen Informationen zu Projekten und Materialien zum Download zur Verfügung.	kurzfristig 
	Welterberucksack/Welterbekoffer mit Informationen und Materialien bzgl. der Welterbestätte und deren Hauptinhalte	Das Thema Welterbe steht kompakt und anschaulich als Materialsammlung für verschiedene Anlässe ausleihbar bereit.	mittelfristig 
	Apps	Die Erlebbarkeit und einheitliche Wahrnehmbarkeit der Stätte wird gesteigert. Den Besuchern stehen entlang des gesamten Denkmals Angebote zur Verfügung.	langfristig 

Bedarf	Formatsvorschlag	Ziel	Priorität
	Forschungskonsortium zur Zusammenführung der wissenschaftlichen Daten	Die wissenschaftlichen Daten der einzelnen Orte werden für zusammengeführt, um eine Grundlage für die Konzeptionierung und Durchführung von AR bzw. VR Formaten zu haben. Mögliche Interpretationsrichtlinien werden erarbeitet.	mittelfristig 
	Verstetigung der Welterbe-Bildungsarbeit	Es wird eine zentrale Anlaufstelle für die Koordinierung und Durchführung von Bildungsprojekten geschaffen.	kurzfristig und fortlaufend 
3. Steigerung der Sichtbarkeit und Erlebbarkeit der Welterbestätte	3-D-Visualisierungen bzw. Fotos archäologischer Funde	Konkrete Objekte machen die Stätte und ihre Erbauer und Nutzer begreifbar.	langfristig 
	Augmented-Reality-Anwendungen	Digitale Bilder überlagern das Heute mit dem Gestern und lassen in die Vergangenheit eintauchen.	mittelfristig 
	Virtual-Reality-Erlebnisse	Virtual Reality bietet ein immersives, innovatives Erlebnis vergangener Zeiten auf dem aktuellen Stand der Technik.	langfristig 
	Personelle Vermittlung in Gewandung	Wikingercharaktere schaffen durch Storytelling eine emotionale Bindung zur Welterbestätte.	langfristig 
4. Koordinierte Fortbildung von Multiplikatoren	Gästeführerausbildungen	Die Gästeführer:innen und freien Mitarbeiter:innen werden in welterberelevanten Themen fortgebildet und bewegen sich als Ansprechpartner:innen der Besucher:innen sicher im Themenkomplex Welterbe.	kurzfristig und fortlaufend 

	Fortbildungen zum Thema Welterbestätte Haithabu und Danewerk für weitere Multiplikatoren	Das Thema Welterbe Haithabu und Danewerk (internationaler Kontext, OUV) wird im Rahmen von Fortbildungen, z.B. über das IQSH angeboten. Das Bewusstsein für die Stätte wird geschärft und der Kreis der Multiplikatoren erweitert.	mittelfristig 
	Welterbe-Skript für Gästeführer	Das Welterbethema ist integraler Bestandteil von Führungen und kann von jedem Gästeführer bzw. Moderator auf Anfrage auch intensiver abgerufen werden. Somit werden alle angebotenen Führungen um das Thema ergänzt.	kurzfristig 
5. Verstärkung der Schulprojekte in Sekundarstufe 1 und 2	UNESCO Welterbe-Scouts	Schüler setzen sich aktiv mit dem Thema Welterbe Haithabu und Danewerk auseinander und erarbeiten sich eigene, altersgerechte Zugänge. Sie wirken anschließend als Multiplikatoren und vermitteln auf einer peer-to-peer Basis.	kurzfristig 
	Erweiterung des Angebots an Outreach-Projekten mit formalen Bildungseinrichtungen	Das Thema Welterbe wird aktiv in formale Bildungseinrichtungen getragen.	mittelfristig 
	Vorgefertigte Unterrichtseinheiten zur Durchführung am Denkmal und in Kombination der Museen	Lehrer:innen können sich Unterrichtspakete zu verschiedenen Themen in Verbindung mit dem Welterbe zusammenstellen.	langfristig 
6. Stärkung der regionalen Identifikation mit der Welterbestätte und der Einbindung neu gewonnener Zielgruppen	Einrichtung und Durchführung von Beteiligungstreffen	Die Bedarfe und das Engagement der lokalen Bevölkerung werden ermittelt und aufgegriffen, um darauf basierend neue non-formale Angebote anzubieten.	mittelfristig 
	Erweiterung der non-formalen Bildungsangebote	Durch non-formale Bildungsangebote in der Region wird das Bewusstsein gegenüber der Welterbestätte und die Identifikation mit ihr gefördert.	mittelfristig 

7. Altersgerechte und zielgruppengerechte Zugänge zum Thema, insbesondere Stärkung der Zugänge für junge Leute	Interaktive Visualisierungen, Hands-on-Elemente	Interaktive bildliche Beschilderung und Hands-on Objekte ermöglichen Kindern (und anderen Besuchern) an Punkten von Interesse einen Blick in die Vergangenheit und handlungsorientiertes Lernen.	mittelfristig 
	Digitale Spielformate (Gamification)	Spielerisches digitales Lernen begeistert jüngere, technikaffine Nutzer für die Stätte.	langfristig 
	Video: Lehr- und Imagefilme, YouTube, Medienpädagogik	Filmische Formate werden sowohl privat als auch im Unterricht häufig genutzt, sie können mit aktiver Einbindung der Zielgruppen gestaltet werden und schaffen zusätzliche Aufmerksamkeit im Internet.	mittelfristig 
	Soziale Medien: Facebook, Instagram etc.	Soziale Medien steigern die Sichtbarkeit und Verbreitung von Bildungsangeboten online, tragen zum Community Building bei und ermöglichen Interaktion mit und Partizipation an der Stätte.	kurzfristig 
	Audioformate: Audioguide, Podcast	Hörbeiträge bilden ein niederschwelliges Zusatzmedium zur Einbindung in verschiedene Formate und können unter aktiver Einbindung der Zielgruppen gestaltet werden.	langfristig 
8. Tiefergehende Auswertungen von Besuchsstatistiken und Evaluation von Angeboten	Besucherkählungen und -befragungen, Feedbackbögen, digitale Umfragetools	Ein gemeinsames Qualitätsmanagement inkl. Besucherforschung erleichtert die Optimierung der Angebote.	kurzfristig und fortlaufend 
9. Berücksichtigung des Themas Barrierefreiheit	Bedarfsanalyse und Informationstreffen mit Akteuren aus dem Bereich Barrierefreiheit und Inklusion	Der Austausch mit Akteuren aus dem Bereich Barrierefreiheit ermittelt konkrete Bedarfe und deren Lösungsmöglichkeiten an verschiedenen Standorten der Welterbestätte.	langfristig 

	Berücksichtigung des Themas Inklusion bei zukünftigen Angeboten	Formate werden stets so inklusiv wie möglich geplant, um den Zugang zur Welterbestätte für alle Menschen zu ermöglichen.	kurzfristig und fortlaufend 
--	--	---	--

