

MUSEUMSVERMITTLUNG FÜR DIE URNER SCHULEN



**Bericht und Antrag
des Ausschusses „Museen Uri“
und des Amtes für Kultur, Kanton Uri**

Vernehmlassungsfassung, Januar 2004

Y:\BKDIKultur\KULTURFOERD-JUGEND-SHB\3-KULTUR\UKM-Museumskonferenz\ARCHIV\04Museumsvermittlung-Vernehmlassungsbericht.doc

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
<i>Bestandesaufnahme</i>	3
Bemerkenswerte Urner Museumslandschaft	3
Bericht „Kulturförderung in Uri“, 1994	3
Urner Museumskonferenz und Ausblick	3
<i>Umsetzung Bericht „Museumslandschaft Uri“</i>	4
Grundlagenbericht „Museumslandschaft Uri“, 2000.....	4
Museumsbestand in Uri.....	4
Synergien Museen und Tourismus	4
Bisherige Museumsvermittlung.....	5
Unterstützung durch die öffentliche Hand.....	5
<i>Arbeitsgruppe Museumsvermittlung: Auftrag und Ziel</i>	6
Arbeitsgruppe Museumsvermittlung	6
Auftrag	6
Hauptziele der Museumsvermittlung.....	6
Vorgehen	6
Museums-Vermittlungskonzept	7
<i>Begriffsbestimmungen</i>	7
UNESCO-Kulturbegriff.....	7
Museumsdidaktik und Vermittlung.....	7
<i>Vermittlung – eine der Hauptaufgaben des Museums</i>	7
Hauptaufgaben des Museums.....	7
Vermittlung als Schwerpunkt in der Kulturpolitik	7
<i>Grundlagen der Museumsvermittlung</i>	8
Zielmärkte	8
Zielgruppen	8
Objekt- und Sammlungsorientierung	9
Bildungsziel im Lehrplan: Erinnerung im Hier und Jetzt.....	9
Ziele & Massnahmen Museumsvermittlung	9
<i>Zielorientierung in der Vermittlung</i>	9
<i>Ziele & Massnahmen (als Ideenkatalog des Museumsausschusses)</i>	10
Anträge	12
<i>Grundanträge: Unterstützung Museumsvermittlung</i>	12
<i>Kommentare zu den Anträgen</i>	13

Herausgeber: Ausschuss Museumsvermittlung und Amt für Kultur Uri, Altdorf
Bezug: Bildungs- und Kulturdirektion Uri, Kulturförderung und Jugendarbeit,
Klausenstrasse 4, 6460 Altdorf; Tel. 041 875 20 55. E-mail: josef.schuler@ur.ch.
Rechte und Weiterverwendung vorbehalten.

Einleitung

Bestandesaufnahme

Bemerkenswerte Urner Museumslandschaft

Der Kanton Uri hat im Verhältnis zur Einwohnerzahl eine bemerkenswerte Museumslandschaft, aber auch eine beträchtliche Zahl bedeutender Kulturdenkmäler und Ortsbilder. In die Pflege dieses Urnerischen Kulturerbes haben Private und die öffentliche Hand in den letzten drei Jahrzehnten hohe finanzielle Mittel investiert. Die Museen im Speziellen übernehmen öffentliche Aufgaben als Sammler und Bewahrer des Kulturgutes, als Orte der Bildung, der Orientierung und als attraktive Grundangebote der Standortpromotion und des Tourismus. Sie sind Kristallisationspunkte der gesellschaftlichen Entwicklung. Sie tragen bei zur Auseinandersetzung zwischen traditionellen und zeitgenössischen Werten und zur Innen- und Aussenorientierung. Museen in Uri werden überwiegend von privaten Initiativen getragen. Die öffentliche Hand unterstützt subsidiär, zurückhaltend, aber kontinuierlich. Bis heute fehlte die gezielte Unterstützung der Museumspädagogik und Museumsvermittlung.

Bericht „Kulturförderung in Uri“, 1994 ¹

Der regierungsrätliche Bericht „Kulturförderung in Uri“ (1994) vor 10 Jahren beschäftigte sich erstmals mit Bestand und Bedürfnissen der Urner Kultur, u. a. der Museen und deren Sammlungen. Der Bericht schlug insbesondere die Erneuerung der kulturellen Infrastruktur (p. 75) vor. Zur gleichen Zeit, im Mai 1994, veröffentlichte ein Ausschuss Kunsthaus einen Bericht, der die Schaffung eines Kunsthauses mit museumsvermittelnden Anstrengungen forderte.² Mit der kulturellen Infrastrukturoffensive zwischen 1997 bis 2002 wurden verschiedene Museen saniert, erweitert und neu eröffnet. Mit zwei Kreditbeschlüssen und der Diskussion der Berichte im Landrat im Jahre 1997 betreffend Kauf und Inbetriebnahme des Hauses für Kunst Uri³ und dem Um- und Anbau des Historischen Museums Uri⁴ konnten zwei Museen erweitert werden. Zugleich wurden erstmals museumspolitische Aufgaben und Ziele für die Museumslandschaft Uri definiert. Betont wurde die stärkere Gewichtung der Museumsvermittlung.

Urner Museumskonferenz und Ausblick

An der ersten Urner Museumskonferenz 1999 in Bürglen wurde die museumsübergreifende Zusammenarbeit beschlossen und ein Ausschuss bestimmt. Dieser erarbeitete im Jahre 2000 einen Museumsbericht Uri und führte eine Vernehmlassung durch.⁵ Im 2003 wurde die Arbeitsgruppe Museumsvermittlung eingesetzt.

Nach dem erfolgreichen Ausbau der musealen Infrastrukturen treten in Uri die baulichen Aspekte in den Hintergrund. Dafür werden betriebliche und inhaltliche Fragen wichtig. Der Ziel- & Massnahmenkatalog im vorliegenden Bericht will aufzeigen, welche Schwerpunkte im Bereich Museumsvermittlung anzupacken wären. Die Vorstände der Einzelmuseen wählen dabei ihre Schwerpunkte und Prioritäten selber. Der Bericht Museumsvermittlung hat empfehlenden und animierenden Charakter.

Der Hauptantrag des Berichtes soll aufzeigen, ob Museumsträger und öffentliche Hand bereit sind, die VERMITTLUNG mit gemeinsamen Kräften zu fördern und mit einem Finanzierungsschlüssel entsprechend den geleisteten Klassenführungen zu unterstützen.

¹ Kulturförderung. Bericht der regierungsrätlichen Kommission. Hrsg. Regierungsrat Uri, Altdorf, März 1994, Kapitel 5.7: Museen, Ausstellungs- und Kulturräume, Sammlungen etc.

² Kunsthaus Uri. Bericht zur Schaffung permanenter Ausstellungsmöglichkeiten, Altdorf, Mai 1994. Hrsg. Ausschuss Kunsthaus.

³ Landratsbeschluss vom 9. April 1997 mit Bericht und Antrag für einen Kantonsbeitrag an das Haus für Kunst Uri

⁴ Landratsbeschluss vom 24. September 1997 mit Bericht und Antrag für einen Kantonsbeitrag an Sanierung und Anbau Historisches Museum Uri.

⁵ Museumslandschaft Uri. Bericht und Antrag des Ausschusses „Museen Uri“. Hrsg. Bildungs- und Kulturdirektion Uri im Einverständnis der Museumskonferenz der Museen Uri, Mai 2000. Siehe auch: Diplomarbeit "Urner Museen und Marketing", welche die Bestandesaufnahme detaillierter weiterführte und insbesondere die Thematik Marketing und Öffentlichkeitsarbeit ausführlicher darstellte.

Umsetzung Bericht „Museumslandschaft Uri“

Grundlagenbericht „Museumslandschaft Uri“, 2000

Dieser enthielt folgende Themen:

- Definition und kulturelle Aufgaben des Museums.
- Bestandesaufnahme der Museen, Sammlungen und Galerien in Uri, ferner ein Kapitel zur bisherigen Unterstützung der Betriebe durch die öffentliche Hand, aber auch eine Kurzdarstellung der knappen personellen und finanziellen Ressourcen der Träger.
- Im Bericht wurden Ziele/Massnahmen zur Museumsförderung und Anträge formuliert.

Zwei Schwerpunkte wurden seit 2000 bereits umgesetzt:

- Öffentlichkeitsarbeit (2001/02: Museumsportal Uri (www.museen-uri.ch), gemeinsamer Museumsprospekt, Ferienzeitung Uri und Zusammenarbeit mit Tourist Info Uri)
- Inventarisierung (2002/03: Rolf Gisler erarbeitete im Ausschuss Grundlagen für die museumsübergreifende „Inventarisierung der Urner Museen“ (Information: www.hvu.ch).

Museumsbestand in Uri

Als Museen in Uri (mit eigener Sammlung, überkommunal, periodisch geöffnet) gelten:

- Altdorf: Historisches Museum Uri
- Altdorf: Haus für Kunst Uri
- Altdorf: Naturkundliches Museum Kollegium Karl Borromäus
- Andermatt: Talmuseum Ursern
- Airolo-Gotthardpass: Nationales St. Gotthard Museum (grenznah)
- Bürglen: Tell-Museum Bürglen
- Seedorf: Urner Mineralien-Museum
- Spiringen: Dörflihaus Spiringen (und Zielhaus Klausenpass, Bielensäge Unterschächen)

Daneben gibt es wertvolle Sammlungen, kirchliche Kulturgutschutz- und andere Ausstellungsräume. Die Übersicht findet man unter der Urner Museumshomepage: www.museen-uri.ch.

Breite Trägerschaften, gute Baustrukturen und Innovationen prägen heute die Betriebe.

- Die Urner Museen sind meist in gutem baulichem Zustand, zweckmässig eingerichtet.
- Sie sind meist privatrechtlich getragen und erhalten nur zum Teil öffentlich wiederkehrende Beiträge. Auf Gesuch hin werden die Museen projektbezogen unterstützt.
- Die Kulturinfrastrukturoffensive (1997-2002) beinhaltete nebst dem Umbau des Historischen Museums Uri (eröffnet am 29.09.2000) und dem Kauf des Hauses für Kunst Uri (ab Ostern 2004 in die Liegenschaft Gamma) auch die Sanierung und Neuausrichtung des Theaters(Uri), des bisherigen Tellspielhauses in Altdorf.

Synergien Museen und Tourismus

Seit 1994 wurden Synergien zwischen Kultur, Museen und Tourismus konsequent verstärkt.

- Einbau des Tourist Info ins Theater(Uri), Zusammenarbeit mit Tourismusorganisationen
- Gemeinsame Werbung der Urner Museen in Tourismuspublikationen und -packages.
- Vermarktung der Kultur (Denkmalpflege, Alpentöne, Kulturschweiz 2004 etc.)
- Nutzung der geschichtlich-mythischen Orte und der Freizeit- und Kulturmöglichkeiten.
- Bekanntmachung der Natur- und Kulturschönheiten im Herzen der Schweiz, mit dem fjordartig ins Gebirge gebetteten Urnersee, mit dem milden Klima im Reusstal, mit ursprünglich-wilden Seitentälern und mit subalpinen Berglandschaften im Hochtal Ursern.
- Wertschöpfungssteigerung durch Innovations- und Projektförderung, Weiterbildung, Zusammenarbeit, Besucherorientierung und Marketing. Erhöhung der Besucherzahlen in Museen durch Vermittlung und Sonderausstellungen.

Bisherige Museumsvermittlung

Verschiedene Urner Museen haben zudem die schulische Museumspädagogik in den letzten Jahren verstärkt, am häufigsten wurden von den Museen genannt:

- Aufbau eines kuratorischen und eines museumspädagogischen Ressorts im Vorstand
- Mehr Sonderausstellungen als früher, mehr schulische Rahmenveranstaltungen dazu
- Stärkere Koordination und mehr Zusammenarbeit und Projekte mit andern Museen
- Einbau eines Vermittlungs- oder Werkraums im Museum, wo baulich möglich
- Museumsführungen für Erwachsene, touristische und andere Gruppen
- Spezial-Anlässe für Lehrerschaft und Schulklassen
- Arbeitsblätter, Infomappen, didaktische Einheiten, Vor-, Nachbereitung, Lernkontrollen
- Einbezug und Ausleihe medialer Präsentationen (Diashow, Videos, CD, Kassetten)
- Ausbau Internet als umfassendes Museumsportal, ergänzt mit Flyers, mehrsprachig
- Kataloge und Publikationen als Vermittlungshilfen
- Einbezug kulturelle Dorfführungen, Kulturschutzräume und Themenwege
- Vereinsaktivitäten wie Fachtagungen, Themen- und Kunstfahrten

Mit diesen Aufgaben kamen die Vorstände der Träger an die Grenzen des Leistbaren.

Unterstützung durch die öffentliche Hand

Die öffentliche Hand hat den Museen bisher keine spezifischen Beiträge an Schul-Führungen geleistet. Sie unterstützte die Museen jedoch zwischen 1996 bis 2000 mit rund 1,45 Millionen Franken an Infrastruktur-, Grund- und Ausstellungsbeiträgen (ohne IHG-Kredite), wobei die grössten Beiträge an das Haus für Kunst Uri und das Historische Museum Uri gingen.⁶ Allgemeine kantonale Beitragsleistungen an Betrieb oder Projekte erfolgten jeweils auf Gesuch hin und wurden in Form von Regierungsratsbeschlüssen (RRB) und vereinzelt in Verbindung mit Leistungsvereinbarungen (Historisches Museum, Haus für Kunst Uri, Musikschule, TheaterUri) zugesichert. Die Museen waren im Rahmen der Beschlüsse relativ frei, die Mittel auch für die verschiedenen Aufgaben einzusetzen.

Der Kanton Uri und die Standortgemeinden waren bisher nicht bereit, Museumsbetriebe öffentlich-rechtlich zu führen. Sie nahmen zurückhaltend in Trägerschaftsorganen Einsitz. Dies wird sich aus grundsätzlichen Überlegungen und im Hinblick auf die angespannten öffentlichen Finanzen nicht gross ändern. Umgekehrt wollen die Museen weiterhin und mit Stolz ihre privatrechtliche und eigenverantwortliche Führungsaufgabe wahrnehmen. Sie erwarten wie bisher von der öffentlichen Hand Bereitschaft, Aufgaben im öffentlichen Interesse abzugelten, z.B. durch:

- Einmalige Beiträge an Infrastrukturerneuerungen und Einrichtungen;
- wiederkehrende Jahresbeiträge bei kantonal ausgerichteten Museen;
- einmalige Projektbeiträge an Ausstellungen und Rahmenveranstaltungen;
- Beiträge an Erweiterungen der Sammlung, Restaurationen und konservatorische Massnahmen, Inventarisierung und Dokumentierung, Forschungsaufträge und Publikationen;
- ferner an die Vermittlungs- und Bildungsarbeit.

Bei den kantonal ausgerichteten Museen (Historisches Museum und Haus für Kunst Uri) wurden die Grundbetriebsbeiträge im Jahre 2004 erhöht und mit Leistungsvereinbarungen geregelt. Die schulische Museumsvermittlung war darin ausgenommen. Die Vermittlung soll mit diesem Bericht zur Diskussion gestellt werden.

⁶ Museumslandschaft Uri. Bericht und Antrag des Ausschusses „Museen Uri“ und des Amtes für Kultur, Mai 2000, p10 f. Zusätzlich sicherte der Kanton mit RRB vom 11. September 2001 an „Umbau und Restaurierung Historisches Museum Uri, Zusage von Investitionshilfe“ einen Beitrag gemäss Investitionshilfegesetz und kantonalem Wirtschaftsförderungsgesetz (SR 901.1, IHG und RB 70.1611, WFG) von Fr. 448'000.- als Darlehen zu, rückzahlbar in 25 Jahren.

Arbeitsgruppe Museumsvermittlung: Auftrag und Ziel

Arbeitsgruppe Museumsvermittlung

Museumsvermittlung wurde im Museumsbericht 2000 der Konferenz der Urner Museen und der Bildungs- und Kulturdirektion Uri als ein Hauptschwerpunkt bestimmt. Mit einem Konzept sollen Grundlagen und Massnahmen insbesondere der schulischen Museumspädagogik definiert werden.

An der Sitzung des Ausschusses vom 29. Januar 2003 wurde folgende Arbeitsgruppe bestimmt:

- Josef Schuler, Abteilung Kulturförderung (Leitung)
- Barbara Gisler, Museumspädagogin Haus für Kunst Uri
- Josef Herger, Konservator Dörflimuseum
- Thomas Landolt, Konservator Naturkundliche Sammlung Kollegium
- Erich Arnold, Konservator Tellmuseum
- Stefan Gisler, Museumspädagoge Historisches Museum

Auftrag

Die Arbeitsgruppe präzierte folgenden Auftrag:

- Begriffe, Umfang und Schwerpunkte der Museumsvermittlung in Uri aufzeigen.
- Ideenliste der Museumsvermittlung als Ziel-/Massnahmenplan vorlegen.
- Schwerpunkte, Finanzierung und Anträge formulieren.
- Vorgehen und Terminplan vorschlagen.

Hauptziele der Museumsvermittlung

In einem Brainstorming der Arbeitsgruppe standen Nachfragesteigerung, neue Zielgruppen und mehr Museumseintritte im Vordergrund, aber auch:

- Vertiefte Beziehung zum Museumsgut, Auseinandersetzung mit Ausstellungen
- Politische Abstützung, Interessenweckung, Sensibilisierung der Urner Bevölkerung
- Finanzielle Wertschöpfung und Mehrauslastung der Museumsinfrastruktur
- Nachhaltige Wirkung durch klare Museums- und Markt-Positionierung,
- Steigerung der Standortattraktivität und des Tourismus für Urner Entwicklung

Priorität haben sollen Ziele und Massnahmen:

- die sich im Hinblick auf beschränkte Ressourcen und Finanzen schnell umsetzen lassen
- die mit dem vorliegenden Förderungskonzept und weiteren kulturpolitischen Zielen (Kulturförderungsbericht 1994, Museumsbericht 2000) übereinstimmen.

Abgrenzung: Der Bericht kann folgende Punkte nicht erfüllen:

- Die Ziele & Massnahmen werden nicht auf die Einzelmuseen zugeschnitten.
- Sammlungsbestände und Architektur der Museumsbauten werden nicht in den Bericht einbezogen, obschon sie die Vermittlungstätigkeit tangieren.

Vorgehen

Ausschuss und Arbeitsgruppe Museumsvermittlung wählten folgendes Vorgehen:

08. 05. 2003	Ziel-/Massnahmenkatalog der AG Museumsausschuss, zu einem Bericht ergänzt durch die Abteilung Kulturförderung
25. 06. 2003	Erste Stellungnahme im Ausschuss
30. 10. 2003	Zweite Stellungnahme, Massnahmenschwerpunkte, Gewichtung
21. 01. 2004	Bereinigung der Kurzfassung im Ausschuss (Vernehmlassungsgrundlage)
15. 02. - 30. 04.	Vernehmlassung des Berichts bei den Museen
23. 06. 2004	Bewertung der Vernehmlassungsergebnisse im Ausschuss
27. 10. 2004	Vierte Urner Museumskonferenz; Diskussion der Ergebnisse, Beschlüsse
Ab 2005	Umsetzung Museumsvermittlung für Urner Schulen Finanzierungsbeschlüsse, Gemeinden, Kanton, Sponsoring

Museums-Vermittlungskonzept

Begriffsbestimmungen

UNESCO-Kulturbegriff

Der Bericht geht von einer weiten Definition aus, wie er dem Urner Kulturförderungsbericht 1994, ferner der Botschaft des Bundesgesetzes über Kulturförderung des Bundes (Art. 69 der BV)⁷, zugrunde liegt (Europarat und UNESCO Weltkonferenz in Mexiko 1982): „...Die Kultur kann als Gesamtheit der einzigartigen geistigen, materiellen, intellektuellen und emotionalen Aspekte angesehen werden, die eine Gesellschaft kennzeichnen...“. Der Begriff Kulturerbe schliesst museale Themen ein, das zeitgenössische Kunstschaffen und die Vermittlungstätigkeit, das Sammeln, Erschliessen, Erhalten und Erforschen der Zeugnisse der Geschichte, sowohl der früheren und der Alltagskultur, die Darstellung bedeutender Personen oder spezifischer Sachbereiche, der technischen und naturkundlichen Phänomene. Ein weiter Kulturbegriff kommt der modernen Ausstellungsvermittlung entgegen.

Museumsdidaktik und Vermittlung

Didaktik als Oberbegriff schliesst das Was (Didaktik) als auch das Wie (Methodik) ein. Didaktik beinhaltet Ziele, Inhalte und Begründung der Auswahl, aber auch Art und Weise der Vermittlung (personale, mediale Kommunikation). Ferner impliziert der Begriff Zielgruppen- und Besucherorientierung. Für die einzelnen Museen stellen sich Fragen wie: Welche Objekte/Sammlung/Architektur bieten wir für welche Zielgruppen an? Von welchen didaktischen, räumlichen, personellen und finanziellen Voraussetzungen können wir ausgehen?

Vermitteln heisst komplexe inhaltliche Zusammenhänge zielgruppenbezogen und prägnant darzustellen und informative und unterhaltsame Formen der Auseinandersetzung anzubieten. Vermittlung ist ein zielgerichteter Aspekt des kommunikativen Prozesses zwischen Sender und Empfänger. Museen bleiben ein attraktives Medium des Lernens, der Identifikation und der Diskussion, wenn sie Besuchende bei deren Vorwissen abholen und im lebendigen Vermittlungsprozess Neugier für Neues, Fremdes, Zusammenhängendes wecken.

Vermittlung – eine der Hauptaufgaben des Museums

Hauptaufgaben des Museums

Die Museumsdidaktik und -vermittlung ist ein Teil der Aufgaben eines Museums:

- Sammeln: nach sinnvollen Kriterien, koordiniert mit den anderen Sammlungen
- Bewahren: nach konservatorisch gültigen Kriterien, die den Schutz garantieren
- Erforschen: durch ein Inventar, das die wichtigsten Angaben enthält
- Vermitteln: durch Veranstaltungen, Führungen, Publikationen, Bildungsarbeit
- Ausstellen: durch permanente und wechselnde qualitative Ausstellungen.

Vermittlung als Schwerpunkt in der Kulturpolitik

Die Museumsvermittlung nimmt im Idealfall Bezug:

- zu den kulturpolitischen und museumsstrategischen Zielen
- zur Architektur des Museumsbaus und den eigenen Sammlungen
- zu finanziellen, personellen Ressourcen (Eigentümer, Träger, Organe, Zuständigkeiten)
- zum bildungsmässigen und kulturellen Umfeld (Museenangebot, Kultur-, Bildungs- und Freizeitveranstalter, Biblio- und Mediotheken, Internet/neue Medien, Soziokultur)
- zum Stand der lokalen Forschung und Wissenschaft.

Verschiedene Bestandesaufnahmen in Uri zeigen das grosse kulturelle Vermittlungsangebot (u.a. Kulturförderungsbericht Uri 1995; Termindrehscheibe/Kulturkalender Uri; Museumsbericht Uri 2000, Urner Weiterbildungsbroschüre www.ur.ch/erwachsenbildung; Kinder- & Jugendförderung www.jugendnetzuri.ch). Die Museumsvermittlung bezieht dieses Umfeld ein.

⁷ Siehe Dossier „Anhörung vom 28. Mai 2003 zur Umsetzung von Art. BV 69 der Bundesverfassung durch ein Kulturförderungs-gesetz“.

Grundlagen der Museumsvermittlung

Voraussetzung für die Museumsvermittlung ist die strategische Einbettung des Vermittlungsauftrags in Leitbild und Gesamtziele des Einzelmuseums. Speziell erwähnt seien:

- Bedeutung einer differenzierten Zielmarkt- und Zielgruppenbestimmung
- Vermittlungsbezüge Museumsarchitektur und Sammlung (Objekte, Dokumentationen)
- Bildungsziel der Lehrpläne der Schulstufen – Erinnerung schaffen im hier und jetzt

Zielformen

Hauptzielmarkt für die Museumsvermittlung ist der Urner Talboden. Hier wohnen drei Viertel der Urner Bevölkerung (25'000 E.). Für Talmuseum und Gotthardmuseum gilt analog das zehnfach kleinere Urserental, angewiesen auf Tagestourismus und Nachbarregionen. Kleinere Zielformen für die Museen im Reusstal sind die Nachbarkantone NW, SZ und Luzern.

Die Zielformen werden erreicht durch:

- grosse Präsenz in den Lokalmedien
- Mitgliederwerbung in Kultur-, Kunst-, Musik-, Gesangs-, Theater- und Brauchtumsvereinen (rund 10 Prozent der Gesamtbevölkerung)
- Museumspartnerschaften, Kommunikations- und Verkaufskanäle mit Wirtschaftspartnern
- Schulen, Lehrerweiterbildung, Sport- und Jugendverbände.

Zielgruppen und -märkte werden erfolgreicher erreicht, wenn:

- klar abgrenzbare „Produkte“ (Events, Rahmenveranstaltungen, überragende Objekte, interessante Ausstellungen) angekündigt werden,
- das Museum visuell deutlich erkennbar ist und leicht erreicht wird (visueller Auftritt, geografisch zentral, öffentlich erreichbar, stark frequentierte Umgebung),
- klare, einfache Öffnungszeiten bekannt gemacht und Anreize geschaffen werden,
- enge Zusammenarbeit mit Grossanbietern bestehen (Raiffeisenmuseumspass),
- die Kommunikation über mehrere Kanäle erfolgt (Zeitungen, Zeitschriften, Gratisanzeigen, Internet, Sponsoring-Medien, TV, Radio, Kino, Plakat, Verkehrsmittel),
- Lehrpersonen und Schulen attraktiv miteinbezogen werden.

Zielgruppen

Hauptzielgruppen der Urner Museen sind die einheimische Bevölkerung, aber auch der Kultur- und Ferientourismus. Zuerst die Einheimischen:

- Urnerinnen und Urner werden durch Mundpropaganda und die lokale Berichterstattung/PR am besten erreicht.
- Urner Kinder und Schulklassen, d.h. Kinder sind ein attraktives Museumspublikum, spontan, neugierig, erlebnisfähig. Sie beeinflussen auch das Erwachsenenverhalten. Deshalb ist diese Zielgruppe der Hauptschwerpunkt dieses Berichtes.
- Urner Jugendliche sind eine anspruchsvolle Zielgruppe, häufig nicht motiviert für einen Museumsbesuch. Unsicherheit, Vorurteile, Gruppendruck überlagern oft die Vermittlung.
- Urner Lehrpersonen scheuen oft Aufwand und Disziplinprobleme, sind für Hilfen und stufengerechte didaktische Materialien dankbar bei der Museumsplanung.
- Individualgäste, Gebildete, Fachpersonen, Kunstschaffende setzen sich differenzierter, ambitionierter, motivierter und manchmal ambivalenter mit Ausstellungen auseinander. Sie sind eine kleine Gruppe, aber als Opinionleaders und als Mitträger der Kultur wichtig.
- Erwachsenengruppen der Vereine, Firmen, Clubs, Berufsverbände, Kursgruppen verbinden das Firmenessen, den Ausflug oder Aperitif mit einem Museumsbesuch und verlangen eine traditionelle, fachlich kompetente Führung.
- Pensionierte sind eine demografisch wachsende Zielgruppe und zunehmend wichtig, weil sie mehr Zeit, Geld, Kontakt- und Erlebnis-Nachholbedarf hat für Museumsdienste (Aufsicht, Unterhalt etc.). Niederschwellige Zugänge sind wichtig, um an älteren Menschen heranzukommen.

- Kunstvereine und weitere Kulturvereine bleiben die wichtigsten Zielgruppen, die gepflegt werden müssen und den Museen ideellen und materiellen Rückhalt geben. Verjüngung und Attraktivitätssteigerung der Mitgliedschaften sind wichtige Ziele.

Ausserkantonalen Zielgruppen kommen als Tageskulturbesuchende oder als touristische Gäste (Individuelle oder Gruppengäste) ins Museum:

- Touristen wählen Uri als Landschafts-, Ruhe-, Sport- und Wandergebiet und sind ange-
tan über die kulturelle Vielfalt, besuchen das Museum oft zufällig. Weiterführende Zu-
sammenarbeit mit Infostellen und Tourismusanbietern ist notwendig.
- Heimweh-Urner und -Urnerinnen und auswärtige Partnergruppen und Sympathisanten
bieten ein Potential, dass aufs Museumsangebot aufmerksam gemacht werden muss.
Die emotionale Bindung ist vorhanden, auch das Bedürfnis zu Kontakten.

Objekt- und Sammlungsorientierung

Im Zentrum der Vermittlung ist der Mensch in Beziehung zur Qualität der Sammlungsobjekte. Diese werden mit Bedeutung aufgeladen, wenn Inventare und Dokumentationen aktuell und kommunikativ vermittelt und die Ausstellung inszeniert und dramatisiert wird. Gäste brau-
chen eine Aura des Bedeutungsvollen, Schützenswerten, des Unbekannten, Vergangenen
und Zeitgenössischen. Grundlage jeder Vermittlung bleiben deshalb die Ausstellungsobjekte
oder die Sammlung, die vor Zerfall, Zerstörung und Raub geschützt werden muss.

Bildungsziel im Lehrplan: Erinnerung im Hier und Jetzt

Im Vermittlungsprozess werden im Sinne der Lehrpläne der Volksschulzeit und der weiter-
führenden Stufen das Kulturerbe und die an sich toten kulturellen Objekte/Werke neu erfah-
ren, erforscht und mit Bedeutung aufgeladen. Gedächtnisarbeit erweitert sowohl Geschichts-
bewusstsein als auch die Beziehung zur Gegenwart und ist ein vorrangiges Bildungsziel in
der Schulzeit. Diese Arbeit kann thematische Aspekte einschliessen wie das Gestern und
Heute, Nahes und Fernes, Vertrautes und Fremdes, Bekanntes und Unbekanntes. Erst der
lebendige Prozess der Museumsvermittlung erschafft und erschliesst das betrachtete Objekt
neu (Das gleiche gilt für die Beziehung zur Kulturlandschaft). Dieser Vermittlungsprozess hat
jede Kulturgeneration neu zu leisten und in ihre jeweilige Zeitsprache zu übersetzen.

Ziele & Massnahmen Museumsvermittlung

Zielorientierung in der Vermittlung

Im Hinblick auf Stand, Grundlagen und Brainstorming der Arbeitsgruppe Museumsvermitt-
lung vom 8. Mai 2003 werden Ziele und Massnahmen als Ideensammlung zu folgenden
Themengruppen entwickelt:

- Rahmenbedingungen für die Museumsvermittlung
- Infrastruktur, Einrichtungen, Sammlungs Aufbau
- Multiplikatoren Ausbildung
- Vermittlung in Schulen
- Vermittlung für Kinder und Familien
- Vermittlungsangebote für Erwachsene
- Vermittlung für Ferien- und Kulturtourismus

Mit einer zielgerichteten und einer terminlich abgestimmten Massnahmenplanung der Ein-
zelmuseen kann eine nachhaltige Förderung und Koordination der Vermittlungsprojekte er-
folgen. Diese muss auf personelle und finanzielle Möglichkeiten Rücksicht nehmen.

Im Vordergrund steht in diesem Bericht die Förderung der Vermittlung an Urner Schulen.
Falls die Museumskonferenz dem zustimmt und die öffentlichen Hand Unterstützung zusi-
chert, dann könnte das Projekt Klassenführungen im Jahre 2005/2006 umgesetzt werden.

Ziele & Massnahmen (als Ideenkatalog des Museumsausschusses)

Sachbearbeitung: M = Museumsvorstände, AfK = Amt für Kultur od. andere kantonale Amtsstellen, G = Gemeinden; D = Dritte.

Ziele	Massnahmen	Wer
Rahmenbedingungen		
Kantonale Rahmenbedingungen schaffen	<ul style="list-style-type: none"> – Kulturförderungsgesetz als Rechtsgrundlage für Museumsvermittlung – Leistungsvereinbarung zwischen Museen und Kanton/Gemeinden zur schulischen Museumsvermittlung, Finanzierungsplan – Kulturdaten-Koordination mit Museumsausschuss, Lokalzeitungen, Kulturbrief Uri und Internetplattformen wie www.kulturkalender.ch. 	AfK AfK, M D
Kommunale Rahmenleistungen ergänzen	– Fachtagung Gemeinden/Museumskonferenz Uri : Thema: Schulvermittlungskonzept (Raumnutzungsreglement, Museumsträgerschaft, Lehrerschaft & Schule, Kulturkommission, Gemeindetermine auf Homepage).	M, AfK
Infrastruktur, Einrichtung, Sammlung		
Museumsinfrastruktur und Einrichtungen ausbauen	<ul style="list-style-type: none"> – Museum als Schulvermittlungszentrum einrichten: Büro, Garderoben, Eingang und Shop; Werkkursraum; Begegnungs-, Medien- und Erlebnisraum; Rückwärtiges, Archiv – Museumseinrichtungen anschaffen: Klappstühle, Führer als Prospekt od. elektronische Guide, – Museen in Themenrundgänge einbeziehen: Weg-der-Schweiz und Mineralienmuseum, Klausenweg und Dörflihaus, Tell-Themenweg und Tellmuseum, Gotthardweg, Dorfrundgänge und Museen. 	M, AfK, D M, AfK, D D
Ausstellung und Umgebung kindergerecht einrichten	<ul style="list-style-type: none"> – Sammlungs- und Ankaufspraxis: Sammlungsobjekte auf Vermittlungsgelände zuspitzen. – Museumsarchitektur/Umgebungsgestaltung kinder- und vermittlungsgerecht, Aussenerlebnisbereich einbeziehen. Ausstellungsarchitektur mit Leitsystem (visuell, didaktisch) – Erlebnis- und Bewegungsqualität steigern: Eigentätigkeit, Sinne, Bewegung, Umgebungsgestaltung, Kinderbetreuung. 	M M M
Multiplikatoren-Ausbildung		
Weiterbildung für Museumsvermittler fördern	<ul style="list-style-type: none"> – Museumpädagogen-Austausch: Teilnahme am Verbandstreffen – Museums-Bildungsfahrt Uri für Lehrkräfte – LWB-Schwerpunktfach „Museum“: Modulares Angebot an der Päd. Hochschule PHZ in Goldau. Diplomarbeiten, Museumspraktikum, ferner Unterstützung der Museumslehrgänge VMS, Kuvernum, Museologie Basel. 	M, AfK M LWB, PHZ, M, AfK
Vermittlung für Schulen		
Schulischer Onlinevermittlungsservice aufbauen	– Museums-Portal mit schulischem Online Vermittlungsservice : z.B. www.museen-uri mit Arbeitsblätter und Fotos im pdf-Format download, Bestells- und Anmeldeformulare online, Sammlungsinventare, Wettbewerbe, virtuelle Ausstellung etc.	M, AfK
Schulische PR-Vermittlungskanäle nutzen	<ul style="list-style-type: none"> – Museums-Newsletter an alle Lehrkräfte: PR über www.schulen-uri.ch, www.zebis.ch, Schulfachstellen, Info-Seite im Schulblatt, Didaktik-Mittel im Didaktischen Zentrum Uri. – PR für Schulreisen Uri mit Museumsbesuch: Gotthardweg, Tellweg, Seilbahnen- und Hüttenwege, Schifffahrten SGV und Weg-der-Schweiz, Einbezug von Wasserwelten, Neat, Reussdelta, Moosbad. 	M, AfK, D M, D
Museums Lernmittel-Ausleihe im DZ einrichten	<ul style="list-style-type: none"> – Didaktisches Zentrum DZ und Museumsberatung: Mediensammlung zu Lehrplänen und Sachunterricht für Schulvor- und -nachbereitung, Kataloge, Schülerblätter, Fotos, Videos, Folien, Internet-Links. – Museumsbibliothek: Didaktik im Museum, Uri-Themen aufarbeiten, Heimatkundeordner Uri ergänzen, Museumsliteratur zugänglich machen.. – Objekt-Ausleihe: Arthothek mit Duplikaten, Experimentierwerkstatt, Ausleihetöcher z.B. Gesteins- und Mineraliensammlung, Tiersammlung etc. – ICT-Medien interaktiv einsetzen: Personal sparen mit Audio-Führer, Bild-Show, Interaktiv-PC Plätzen, Video-Stationen, CD-Fern-Lehrgang zur Dauerausstellung 	M, AfK, DZ M, AfK, DZ M, AfK, DZ M, D
Atelierbesuche und niederschwellige Angebote unterstützen	<ul style="list-style-type: none"> – Schulklassenbesuch im Atelier: Museumsfachleute und Künstlerbesuche im Schulzimmer – Aussenzugänge niederschwellig: Aussenstationen am Weg-der-Schweiz, Wanderausstellungsbusse, Wanderausstellung im Schulhaus, Kinderwerkausstellung, Ludothek, Ferien(s)pass, Kinderfest. 	M, D M, D

Vermittlung für Kinder & Familien		
Familienangebote schaffen	<ul style="list-style-type: none"> – Museumstreff für Eltern und Kind: Spezial-Anlässe für Familien mit Kindertreff oder -Betreuungsdienst bei spez. Museumsanlässen – Museumskiste im Nachbarrestaurant: Spiel-, Mal- und Leseecke mit Kinderbücher, Maltischset und Museumsmalbuch im Museums- oder Nachbarrestaurant. 	M, D M, D
Kinder-Museumsführer ausbilden	<ul style="list-style-type: none"> – Kinder als Museumsführer ausbilden: Kinderführer ausbilden oder als Ausstellungsmacher mitbeteiligen wie im Rosenthal-Museum, Museums-wettbewerbe von Kindern für Kindern 	M
Kinder-Events im Museum	<ul style="list-style-type: none"> – Kinderanlässe im Museum veranstalten: Kinderlesung, Erzählnacht – Kinderanlässe ausserhalb des Museums veranstalten: Kindergeburtstag im Mittelalter auf Zwing Uri/Burg Attinghausen. Als Säumer über den Gotthard; Tellrundgang durch Altdorf (Tellspele 2004), Strahlerhöhle und WWF-Angebote 	M M, D
Vermittlungsangebote für Erwachsene		
Erwachsenenbildung im Museum	<ul style="list-style-type: none"> – Museum als Lernort aufladen: Angebote planen mit Erwachsenenbildungsanbietern, Kirchen, Firmen siehe unter unter www.ur.ch/erwachsenenbildung. Kursthemen wie Geschichte, Architektur, Denkmalpflege, Kunst, wissenschaftliche Vorlesungen etc. Tag des Kulturdenkmals, Arbeitstagungen. – Zielgruppensonderausstellung: z.B. Jubiläen, Sport, Institutionen, Vereinsgeschichte ausstellen, ferner Führung über Mittag, Matinee-Anlass, Feierabendgespräche. 	M, D, AfK M, D
Vermittlung für Ferien- und Kulturtourismus		
Werbemittel für Vermittlung verstärken	<ul style="list-style-type: none"> – Günstige Kommunikation und PR-Mittel nutzen: Fassadentafeln, Bänder, Flyer, Dauerplakat, Berichterstattung, Gratisanzeiger, Tischset, Kleber, Veranstaltungskalender – Internetausbau www.museen-uri.ch: mehrsprachig, Einbezug Ferienzeitung Uri, Vernetzung mit Tourismusbüros und Grossanlässen – Neuaufgabe Flyer Museumslandschaft Uri. 	M AfK AfK
Museums-, Kultur- und Erlebnispässe ausarbeiten	<ul style="list-style-type: none"> – Museumspass Uri: in Zusammenarbeit mit Schifffahrtsgesellschaft SGV, Postauto und Auto AG Uri, Mitgliedschaft Schweizer Museumspass. Kulturpass wie Ticket Alpentöne mit Gratiseintritt in Altdorfer Museen, Kombi-Pass Talmuseum mit Freilichtspielen oder Sportevent Andermatt, Kulturschweiz2004-Pass. 	M, D, AfK
Gästecards, Kultur-Tourismus-Packages schnüren	<ul style="list-style-type: none"> – Leistungsvereinbarung mit Touris Info Uri: Gästecards von TIU mit Museumsbesuch, Promotion und Packages mit Hotels, Restaurants, SGV, Seilbahnen, IG Weg-der-Schweiz, Uri-hoch hinaus. Packages, Gästecards, Kombibillet mit Kultur-, Verkehrs- und Tourismusanbieter vertreiben. 	M, D, AfK
Mit kulturschweiz 2004 Eintritte erhöhen	<ul style="list-style-type: none"> – Grossanlass Kulturschweiz 2004: Mit Hauptveranstalter Rahmenprogramm planen. Mythische Urschweiz - Geschichtsorte verbinden, vermarkten. Reiseführer- und Material für Schulreisen – Beschilderung Museumsroute: Installationen, Themenwege. 	kulturschweiz04, AfK M, D

Der Ideen katalog kann eine Grundlage bilden für die weitere Planung von Prioritäten und Massnahmen zur Vermittlungsförderung in den Museen.

Anträge

Grundanträge: Unterstützung Museumsvermittlung

Am 13. Juni 2003 einigte sich der Museumsausschuss als Schwerpunkt für die Jahre 2004 bis 2006 auf den Bereich Museumspädagogik und Museumsvermittlung für Urner Schulen. Kinder, Jugendliche aus dem eigenen Kanton sind für Museen eine vorrangige Zielgruppe.

Folgende Schwerpunktsanträge wurden für den Bereich Schulvermittlung definiert:

Phase 1:

1. **Grundsatz:** Die Sensibilisierung und Verankerung der schulischen Museumsvermittlung in Schule und Öffentlichkeit soll als wichtiger Bereich der Museums- und Kulturtätigkeit gemeinsam durch die Museen, die öffentliche Hand und durch private Initiativen unterstützt und vorangetrieben werden.
2. **Finanzierungsmodell:** Die Finanzierung der Eintritte und der Museumsvermittlung von Urner Klassen (Führungen, Workshops) erfolgen durch:
Variante 1: Kanton und Schulgemeinden gemeinsam zu je 50 Prozent
Variante 2: Kanton 40 Prozent; Schulgemeinde 30 Prozent, Elternbeitrag 30 Prozent.
3. **Qualitätssicherung:** Die Aus- und Weiterbildung von Museumsmultiplikatoren, insbesondere der Urner Lehrkräfte, erfolgen durch vorhandene Angebote:
Ausstellungseinführungen für Multiplikatoren: Getragen durch Einzelmuseum.
Teilnahme an Kursangeboten der Museumsverbände: Private Finanzierung, je nach Möglichkeit unterstützt durch Einzelmuseum, Kanton.
Museumsdidaktik-Kurse: Teilnahme an der Lehrerweiterbildung LWB Uri: Kanton
Wahlfach Kunst- und Museumsdidaktik: Päd. Hochschule PHZ Goldau: Konkordat.
4. **Museumsdidaktik:** Das Bereitstellen vermittlungsgerechter Ausstellungen, Objekte, Medien, Unterrichtsmaterialien, Dokumentationen, Presseberichte, Internetdienste etc. ist Aufgabe des Einzelmuseums. Ausstellungs- und Projektbeiträge können auf Gesuch hin durch Dritte und die öffentliche Hand unterstützt werden.
5. **Infrastruktur:** Die infrastrukturellen Voraussetzungen für eine erfolgsversprechende Vermittlung (Räume, Einrichtungen, Mobiliar) sind im Rahmen der Möglichkeiten durch die Einzelmuseen bereitzustellen. Bau- und Infrastrukturprojekte können auf Gesuch hin durch Dritte und die öffentliche Hand unterstützt werden.

Phase 2:

6. **Netzwerk Museumsvermittlung:** Zusammenarbeit und Kontakte innerhalb der Urner Museen, der schweizerischen Kultur- und Museumsinstitutionen, des Tourismus und der Wirtschaft zur Verstärkung der Sensibilisierungsarbeit und der Standortpromotion ist eine Daueraufgabe aller Beteiligten. Personelle und finanzielle Ressourcen nach Möglichkeit.

Phase 3:

7. **Ausserkantonale Schulklassen und Museen:**
Exkursionen Urner Klassen: Zu einem späteren Zeitpunkt soll die Unterstützung geprüft werden für Schulexkursionen von Urner Klassen zu ausserkantonalen Museen (Verkehrshaus, Kunsthaus, Landesmuseum, Forum Schweizer Geschichte etc.).
Ausserkantonale Klassen: Ferner soll zu späterem Zeitpunkt geklärt werden, ob auch Führungen von ausserkantonale Schulklassen in Urner Museen subsidiär mitfinanziert werden könnten.

Kommentare zu den Anträgen

Diese Vorschläge des Ausschusses lassen sich wie folgt kommentieren:

1. Bildungsauftrag der Schule:

Schulische Museumsvermittlung ist eine zentrale Aufgabe eines Museums. Museumsvermittlung ist Teil des Bildungsauftrags der Schulen. Dieser ist in den Lehrplänen festgehalten. Weil im Kanton Uri teilweise Angebote und zum Teil finanzielle und personelle Ressourcen fehlten, konnte die Schulvermittlung bisher nur punktuell wahrgenommen werden.

Die Kostenbeteiligung von Gemeinden und Kanton an die lehrplankonforme Vermittlung entspricht dem Prinzip der Unentgeltlichkeit des Schulunterrichts (Art. 26 SchG; Art. 19 SchVO), wobei für Exkursionen in der Praxis auch Elternbeiträge gang und gäbe sind.

2. Museumspädagogik in Nachbarkantonen:

Museumspädagogik ist in vielen Schweizer Kantonen etabliert. In den Nachbarkantonen (SZ, NW, OW, LU, ZG) werden Museumsführungen für Schulklassen durch Kanton und/oder Gemeinden unterstützt (LU: Kunstmuseum, Verkehrshaus; ZG: Museum an der Burg, Museum für Urgeschichte, Kunstmuseum; SZ: Forum der Schweizer Geschichte; NW: Nidwaldner Museen; OW; Verkehrshaus, Bruder Klaus Museum.

3. Vermittlung in Urner Museen bisher:

Die Urner Museen bemühten sich bisher (auch ohne Leistungsauftrag) um die Vermittlung an Schulen. Verschiedene Museen haben im Vorstand ein Ressort Vermittlung eingesetzt, um die verstärkte Öffentlichkeitsarbeit und die stärkere Nachfrage von Schulen zu bewältigen. Da ein bezahlter Leistungsauftrag für Klassenführungen fehlte, übernahmen wohl einzelne Vorstandsmitglieder Schulführungen ehrenamtlich, doch man verzichtete auf ein breites Angebot und Werbung.

4. Museums-Schulvermittlung künftig:

Das Angebot für Urner Klassen soll enthalten:

Basisdienst: Grundinformationen, Internet, Erarbeiten von Schuldokumentationen.

Museumstreff Lehrkräfte: Kostenlose Lehrereinführung in die Ausstellungen. Schulhausinterne Weiterbildung und Schulhauseinführungen. Kosten: Fr. 150.-/Doppellektion oder Fr. 300.-/Nachmittag). Finanzierung über Regelung LWB und schulhausinterne Weiterbildung. Ferner gibt es für Lehrkräfte mit Interesse an museums- und kunstdidaktischen Fragen Kurse an der künftigen Pädagogischen Hochschule Schwyz (www.phz-schwyz.ch) in Goldau oder im NORI-LWB Lehrerweiterbildungs-Programm. Finanzierung LWB-Budget, PHZ-Konkordat.

Schulklassen- Museumführung: Während der ordentlichen Museumöffnungszeit, in Ausnahmen gemäss Absprachen. Finanzierung pro Klassenführung siehe unten⁸.

Schulklassen- Museumseintritt: Ohne Museumsvermittlung und Führung durch Lehrkraft, Eintritt pro Urner Kind z. B. Fr. 2.-; für Ausserkantonale Fr. 4.-.

⁸ In Anlehnung an das Kunstmuseum Luzern, siehe Flyer „Treffpunkt Kunst- Kunstvermittlung für Schulen“

5. Kostenberechnung pro Jahr:

Eine Klassen bezogene Finanzierung wird dem Grundsatz gerecht, dass nur erbrachte Leistungen subventioniert und Anreize für die Erhöhung der Museumseintritte geschaffen werden. Bei optimistischer Annahme beanspruchen höchstens 100 Urner Schulklassen der 275 Schulabteilungen der obligatorischen Volksschule und des Kindergartens pro Jahr in einem der Urner Museen eine Führung. Stundenkostenansatz: Museumspädagoge/Museumspädagogin Fr. 100.-/pro Führung und Stunde.

Kosten pro Schuljahr für Führungen/Workshops

Material, Beratung, Vorbereitung, Spesen sind inbegriffen (rund 20 Fr./Führung).

80 Klassen mit einstündiger Führung, 80x Fr. 120.-	9'600.-
20 Klassen mit Workshop (90 Min) 20x Fr.170.-	3'400.-
25 Klassen ohne Führung (25x40.-)	1'000.-
Total Urner Museumsvermittlung pro Jahr	14'000.-

6. Finanzierungsvorschläge (Varianten 1 und 2):

<i>Variante 1:</i> Kanton (50%)	7'000.-
Schulgemeinden Uri (50%)	7'000.-
<i>Variante 2:</i> Kanton (40%)	5'600.-
Schulgemeinden Uri (30%)	4'200.- (Pro Klasse ca. Fr.45.-)
Eltern-Schülerbeitrag (30%)	4'200.- (Pro Kind ca. Fr. 2.00)

Vernehmlassung

Am 5. Oktober 1999 fiel unter der Leitung des damaligen Erziehungsdirektors Dr. Hansruedi Stadler der Startschuss für eine koordinierte Zusammenarbeit unter den Urner Museen. Ein Ausschuss aus Vertretern der Urner Museen und des Amtes für Kultur hat im Jahre 2000 aufgrund der Vernehmlassung des Berichtes "Museumslandschaft Uri" seine Arbeit aufgenommen. Der Öffentlichkeitsarbeit wurde erste Priorität eingeräumt (Museumsprospekt, Internetauftritt, ARBIDO, Presseartikel, Terminkoordination etc.). Im Herbst 2002 konnte an der Urner Museumskonferenz die neue Datenbank für eine koordinierte Inventarisierung der Urner Museumsobjekte öffentlich vorgestellt werden. Das Ergebnis dieser Inventarisationsarbeit soll künftig im Internet den Interessierten zur Verfügung stehen.

Nun laden wir Sie ein zur Stellungnahme eines weiteren wichtigen Themas: die schulische Museumsvermittlung. Damit uns bei der Auswertung der Vernehmlassung möglichst konkrete Antworten vorliegen, bitten wir Sie, die Stellungnahme gemäss dem Raster im Begleitbrief abzufassen.

Die Vernehmlassungsfrist dauert vom 15. Februar bis 30. April 2004.

Einsendung und Informationen: Abteilung Kulturförderung, Sekretariat Urner Museums-Ausschuss, Josef Schuler, Klausenstrasse 4, 6460 Altdorf (Mail: josef.schuler@ur.ch; Tel. 875 20 96).