

ARCHÄOLOGIE UND TOURISMUS IN DER SCHWEIZ

ARCHAEOTOURISM

ARCHÉOLOGIE ET TOURISME EN SUISSE



Herausgegeben von / Sous la direction de Cynthia Dunning & Annemarie Willems

ARCHÄOLOGIE UND TOURISMUS IN DER SCHWEIZ

ARCHAEOTOURISM

ARCHÉOLOGIE ET TOURISME EN SUISSE

Herausgegeben von / Sous la direction de
Cynthia Dunning & Annemarie Willems



2013

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis

	▶ Vorwort	
	▶ Avant-propos	4
Einleitung	▶ Archäologie und Tourismus	
Introduction	▶ L'archéologie et le tourisme	6
Teil I	▶ Die Archäologie in der Schweiz	
Partie I	▶ L'archéologie en Suisse	10
	▶ Tourismus in der Schweiz	
	▶ Le tourisme en Suisse	22
Teil II	▶ Archäologie und Tourismus	
Partie II	▶ Archéologie et tourisme	28
	▶ Die gemeinsame Entwicklung eines touristischen Angebots zur Archäologie in der Schweiz	
	▶ Développement d'un produit touristique sur l'archéologie en Suisse	42
	▶ Ein Beispiel für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing geschichtlicher und archäologischer Stätten	
	▶ Relations publiques et marketing des sites historiques et archéologiques, un exemple	52
	▶ Authentizität – Tradition – Brauchtum	
	▶ Artisanat, traditions et coutumes	64
Teil III	▶ Die Archäologie und die Inwertsetzung der Landschaften	
Partie III	▶ L'archéologie et la mise en valeur des paysages	74
	▶ Der Römer-Erlebnispark Legionärspfad	
	▶ Le part d'attraction du sentier des légionnaires romains	82
	▶ Der «Palafittes Guide»	
	▶ Le «Palafittes Guide»	92
Nachwort	▶ Zukunftsaussichten	
Postface	▶ Perspectives d'avenir	98
Anhang	▶ Archäologische Fundstellen besuchen	
Annexes	▶ Visiter les sites archéologiques	102
	▶ Augusta Raurica und der Tourismus	
	▶ Augusta Raurica et le tourisme	106
	▶ Aventicum, Hauptstadt der Helvetier	
	▶ Aventicum, capitale des Helvètes	108



Vorwort

Oliver Martin

Die Tagung Archäologie und Tourismus, der die vorliegende Publikation gewidmet ist, war in zweierlei Hinsicht aussergewöhnlich: Einerseits befasste sie sich mit zwei eigenen Welten, der Archäologie und des Tourismus, die eigentlich seit jeher eng verbunden sind, aber wo heute dennoch unterschiedliche Kulturen herrschen. Und andererseits handelte es sich im wahrsten Sinn des Wortes um eine Arbeitstagung: Tourismusexpertinnen und -experten und Archäologinnen und Archäologen mussten sich in Workshops aufeinander einlassen, mögliche gemeinsame Strategien und Gedanken entwickeln, Fragen stellen und Fragen beantworten. Die Ergebnisse dieses Austauschs liegen nun in gedruckter Form vor.

Die gemeinsame Vertiefung der Zusammenarbeit zwischen Archäologie und Tourismus, die gegenseitige Inspiration und auch der notwendige gegenseitige Respekt, scheinen mir so wichtig wie notwendig zu sein, um sich dieser alten, aber manchmal auch ambivalenten Beziehung zwischen Archäologie und Tourismus zu nähern und sie zum gemeinsamen Nutzen zu beleben.

Im September 1787 schrieb Johann Wolfgang von Goethe in Rom: «Abends, nachdem wir alle diese schönen Sachen mit behaglicher Musse betrachtet, gingen wir in die Gärten auf dem Palatin, wodurch die Räume zwischen den Ruinen der Kaiserpaläste

Avant-propos

Oliver Martin

Le colloque Archéologie et tourisme auquel est consacrée la présente publication était doublement insolite: d'une part, il traitait de deux mondes, l'archéologie et le tourisme, certes étroitement liés l'un à l'autre depuis toujours, mais qui ont des cultures très différentes. Et d'autre part, comme la manifestation était une réunion de travail au vrai sens du mot, il a bien fallu que des experts du tourisme et des archéologues se retrouvent face à face dans des ateliers, développent de possibles stratégies communes, échangent des idées, posent des questions et cherchent des réponses. Le résultat de ces échanges est maintenant consigné dans le présent ouvrage.

L'archéologie et le tourisme ont une relation déjà ancienne et non dépourvue d'ambivalence; il me semble important et même nécessaire, si on veut la comprendre et la raviver pour le plus grand bénéfice de tous, que l'archéologie et le tourisme approfondissent ensemble leur collaboration, se respectent et s'inspirent mutuellement.

En septembre 1787 Johann Wolfgang von Goethe écrivait ceci à Rome: «Le soir, après avoir considéré ces belles choses tout à loisir, nous nous sommes rendus dans les jardins du Palatin. C'est en les plantant qu'on a embelli l'espace vide entre les ruines des palais impériaux. Là, sur une place dégagée où

urbar und anmutig gemacht worden. Dort auf einem freien Gesellschaftsplatze, wo man unter herrlichen Bäumen die Fragmente verzierter Kapitälern, glatter und kannelierter Säulen, zerstückte Basreliefe und was noch der Art im weiten Kreise umhergelegt hatte, wie man sonst Tische, Stühle und Bänke zu heiterer Versammlung im Freien anzubringen pflegt – dort genossen wir der reizenden Zeit nach Herzenslust, und als wir die mannigfaltigste Aussicht mit frisch gewaschenen und gebildeten Augen bei Sonnenuntergang überschauten, mussten wir gestehen, dass dieses Bild auf alle die andern, die man uns heute gezeigt, noch recht gut anzusehen sei. In demselben Geschmack von Cassas gezeichnet und gefärbt, würde es überall Entzücken erregen. Und so wird uns durch künstlerische Arbeiten nach und nach das Auge so gestimmt, dass wir für die Gegenwart der Natur immer empfänglicher und für die Schönheiten, die sie darbietet, immer offener werden.»

Es ist ein treffliches Zitat zum Thema. Letztendlich spricht Goethe schon an, was uns auch über 200 Jahre später noch beschäftigt: Die Inwertsetzung der archäologischen Objekte, das Entzücken, das bei den Betrachtern ausgelöst wird – heute spricht man wohl von Erlebnisinszenierung – und schliesslich die nicht nur für den Touristen so bedeutende Einheit von archäologischen Stätten und Landschaft.

Das Bundesamt für Kultur unterstützt Tagung und Publikation mit dem Ziel, dass Fachleute und Interessierte aus Tourismus und Archäologie zusammenfinden und ein fruchtbares Verständnis für die jeweiligen Anliegen entwickeln. Von den Touristikern und Touristikerinnen erwarten wir, dass sie die archäologischen Stätten nicht primär als produktrelevanten, pittoresken Hintergrund für ein erlebnisorientiertes Marketing verstehen, sondern als wichtige, ja essentielle geschichtliche Zeugnisse. Die Archäologen und Archäologinnen sollten umgekehrt den Tourismus nicht als notwendiges und oberflächliches Übel, sondern auch als Chance für die Selbstbehauptung ihres Tätigkeitsfeldes erkennen.

Anliegen des Kulturerbeschutzes und namentlich auch der Archäologie werden heute von mancherlei Seite geradezu ungebührlich bedrängt. Angesichts der drohenden Relativierung der Schutzinteressen, der sinkenden Budgets und des damit verbundenen Bedeutungsverlustes unseres Bereiches kommt man nicht umhin, von einer Krise der Kulturerbeerhaltung zu sprechen.

Umso wichtiger ist es deshalb, die Kommunikation in die Breite zu stärken, alte und neue Partnerschaften zu pflegen und den Dialog zwischen den Welten zu fördern. Dazu soll diese Publikation einen Beitrag leisten.

les gens viennent se réunir, où, sous des arbres magnifiques, on a déposé des tronçons de chapiteaux décorés, des fragments de bas-reliefs et d'autres choses éparses dans les environs comme on dispose des tables, des chaises et des bancs pour accueillir la compagnie en plein air, nous avons amplement profité de ce ravissant moment. Et en regardant la scène au coucher du soleil, dans sa diversité, avec des yeux purifiés et exercés, nous avons dû convenir que cette image ne déparait en rien celles que nous avions déjà vues pendant la journée. Dessinée et colorée dans le goût de Cassas, elle susciterait partout l'admiration. C'est ainsi que les produits de l'art accoutument peu à peu notre regard à devenir plus réceptif à la présence de la nature et à s'ouvrir davantage aux beautés qu'elle nous offre.»

Cette magnifique citation est parfaitement adaptée à notre sujet. Goethe y aborde ce qui, deux cents ans plus tard, continue à nous occuper: la mise en valeur des objets archéologiques, le ravissement des spectateurs – dans le jargon d'aujourd'hui, on parlerait de mise en scène des émotions – et enfin l'unité formée par le paysage et les sites archéologiques, une unité dont le touriste n'est pas seul à sentir l'importance.

L'Office fédéral de la culture soutient le colloque et la publication, avec pour objectif que les spécialistes et les personnes intéressées issus des milieux du tourisme et de l'archéologie se retrouvent et que les uns et les autres développent une compréhension féconde des problèmes de l'autre partie. Nous attendons des représentants du tourisme qu'ils considèrent les sites archéologiques comme des témoignages historiques importants, voire essentiels et pas uniquement comme un arrière-plan pittoresque, comme le cachet servant à identifier le produit, et qui aurait pour seule vocation d'être au service d'un marketing qui privilégie les émotions. De leur côté, les archéologues devraient voir dans le tourisme l'occasion d'affirmer leur champ d'activités, et non pas le juger comme un mal nécessaire, voué à la platitude et à la superficialité.

On assiste aujourd'hui de bien des côtés à une remise en cause insistante des intérêts légitimes de la protection du patrimoine culturel et de l'archéologie. Face à la relativisation menaçante des intérêts liés à la protection des sites et des monuments, à la baisse des budgets et à la dépréciation concomitante de notre domaine, force est de parler d'une crise de la préservation du patrimoine culturel.

Il apparaît ainsi d'autant plus important d'élargir la communication, de resserrer les liens avec les anciens et les nouveaux partenaires et de promouvoir le dialogue entre les différents univers. La présente publication entend y contribuer.



Eine Herausforderung, die nicht auf die leichte Schulter genommen werden sollte

Archäologie und Tourismus

Un défi à ne pas prendre à la légère

Archéologie et tourisme

Cynthia Dunning

«Das Interesse für den Kulturdenkmaltourismus hat mit dem wachsenden Interesse für das Kulturerbe im Verlauf der letzten Jahrzehnte stark zugenommen. (...) Archäologische Fundstellen können zwar besonders problematische Tourismusziele darstellen, aufgrund ihrer Fragilität oder gewisser Vorurteile bei ihrer Interpretation. (...) Der Kulturdenkmaltourismus bietet jedoch den Archäologen die ungeahnte Möglichkeit, das Publikum anzusprechen, indem er seine Erkenntnisse übermittelt und das Interesse, nicht nur für die Geschichte und Vorgeschichte besonderer Fundstellen, sondern auch für die Methoden, die Ethik und die aktuellen Fragestellungen in der Archäologie fördert (SAA Archaeological Record, Mai 2005, Band 5, Nr. 3)».

Dies sind die Hauptthemen, die in einer von der Gesellschaft für amerikanische Archäologie (*Society for American Archaeology*) vor bald zehn Jahren herausgegebenen Sonderausgabe mit dem Thema Archäologie, Tourismus und Öffentlichkeit behan-

Cynthia Dunning

«L'intérêt pour le tourisme patrimonial a pris son envol avec l'attention grandissante accordée au patrimoine au cours de ces dernières décennies. (...) Les sites archéologiques peuvent constituer des destinations de tourisme particulièrement problématiques du fait de leur fragilité physique ou des préjugés pouvant intervenir dans leur interprétation. (...) Le tourisme patrimonial offre cependant une incroyable occasion pour les archéologues d'atteindre le public, en leur transmettant leurs connaissances et en nourrissant leur intérêt, non seulement pour l'histoire et la préhistoire de sites particuliers, mais aussi pour les méthodes, l'éthique et les questions actuelles de l'archéologie (SAA Archaeological Record, Mai 2005, Volume 5, No 3)».

Voici les thèmes principaux abordés voici bientôt dix ans au sein de la Société d'archéologie américaine (*Society for American Archaeology*) dans un numéro spécial de leur revue consacré à l'archéologie, au tourisme et au public. En Suisse, nos difficul-



© ArchaeoConcept

delt wurden. Heute noch sind unsere Schwierigkeiten in der Schweiz denjenigen, die für Nordamerika erwähnt werden, vergleichbar.

Tatsächlich sind Archäologie und Tourismus zwei Bereiche, die weniger weit voneinander entfernt sind als es zunächst den Anschein hat, denn bei vielen archäologischen Fundstätten handelt es sich oft um bedeutende touristische Attraktionen. Diese Fundstellen sind voll und ganz Bestandteil der Regionalgeschichte und des regionalen Kulturerbes, können sich aber auch auf nationaler Ebene für ein ganzes Land als hochwertig herausstellen bzw. sogar auf internationaler Ebene zu einer Attraktion werden.

Aufgrund ihrer zentralen Lage innerhalb Europas, sowie dank der Alpen besitzt die Schweiz eine bedeutende Tourismusindustrie. Jedes Jahr nehmen zahlreiche in- und ausländische Touristen das vielseitige Angebot an Aktivitäten in der Schweiz wahr, dazu zählt auch der Besuch von Kulturerbestätten. Übrigens besitzt die Schweiz neun Weltkulturerbe- und zwei Weltnaturerbestätten, die von der UNESCO ausgezeichnet wurden. Bei einer einzigen dieser Welterbestätten handelt es sich um archäologische Fundstellen: die kürzlich nominierten prähistorischen Pfahlbauten rund um die Alpen. Während einer durch das Netzwerk «Horizont 2015 – Forum für die Schweizer Archäologie» organisierten Sitzung entstand die Idee, eine Tagung zur Archäologie und zum Tourismus in der Schweiz zu lancieren. ArchaeoConcept und Nomads of Time haben diese Idee aufgegriffen und den Verein «ArchaeoTourism 2012» gegründet, der die Organisati-

tés sont aujourd'hui encore proches de celles énoncées alors outre-Atlantique.

En effet, l'archéologie et le tourisme sont deux domaines moins éloignés qu'il n'y semble de prime abord car certains sites archéologiques constituent souvent des attractions touristiques importantes. Ces sites font partie intégrante de l'histoire et du patrimoine régional, mais peuvent aussi se révéler d'une grande valeur pour tout un pays voire même être doté d'une attractivité au niveau international. La Suisse possède une forte industrie du tourisme du fait de sa position centrale au sein de l'Europe et grâce aux Alpes. Chaque année, de nombreux touristes d'ici ou d'ailleurs profitent des activités multiples offertes par la Suisse, dont la visite de sites patrimoniaux. Par ailleurs, la Suisse abrite neuf sites culturels et deux sites naturels classés au patrimoine mondial de l'UNESCO. Un seul de ces sites, le plus récemment ajouté, est un site archéologique: les sites palafittiques préhistoriques situés autour des Alpes.

Pendant une session de réflexion organisée par le réseau «Horizon 2015 – Forum pour l'Archéologie suisse», l'idée a été lancée d'un symposium sur l'archéologie et le tourisme en Suisse. ArchaeoConcept et Nomads of Time ont retenu cette idée et ont fondé une association appelée «ArchaeoTourism 2012» qui a organisé un tel événement du 8 au 9 novembre 2012 au Château de Thoune (Berne), premier de son genre en Suisse. Plus de cinquante participants, archéologues et professionnels du tourisme, s'y sont réunis pour identifier leurs intérêts communs et les inévitables dissensions et pour apprendre à mieux se connaître afin de travailler ensemble plus effica-

▲
Stimmungsbilder der
Tagung in Thun

▲
Impressions du col-
loque de Thoune

on einer solchen Veranstaltung, der ersten ihrer Art in der Schweiz, vom 8. bis 9. November 2012 im Schloss von Thun (Bern) übernommen hat. Mehr als 50 Teilnehmer, Archäologen und Touristiker, haben sich zusammengefunden. Ziel war es, gemeinsame Interessen zu definieren und die unvermeidbaren Meinungsverschiedenheiten auf den Punkt zu bringen, sowie auch, sich besser kennen zu lernen, um die Zusammenarbeit zukünftig effizienter zu gestalten. Dieses Treffen fand unter der Schirmherrschaft und mit der Unterstützung des Bundesamtes für Kultur, Schweiz Tourismus, des Schweizer Tourismus-Verbandes sowie der Kooperationspartner vor Ort, Vivat und die Stadt Thun, statt. Wir möchten an dieser Stelle ganz besonders der Direktorin des Museums und des Schlosses von Thun, Lilian Raselli, unseren Dank für ihre wertvolle Unterstützung aussprechen, ohne die die Tagung innerhalb der unglaublich kurzen Zeit nicht hätte organisiert werden können.

Ziel des Treffens war es, einen Diskussionsaustausch zwischen Archäologen und Touristikern in Gang zu setzen, um die jeweiligen Kenntnisse und Erfahrungen zu debattieren. So waren die ersten beiden Vorträge, die die Arbeit der Archäologen den Touristikern, sowie die Arbeit der Touristiker den Archäologen vorstellten, notwendig, um einen Dialog zu beginnen, der sich dann als positiv herausstellte.

Zahlreiche Themen wurden bei der Vorbereitung der Tagung ins Auge gefasst, die unserer Meinung nach von beiden Beteiligten, Archäologen und Touristikern, behandelt werden müssten. Bei dieser Tagung haben wir uns dazu entschlossen, uns auf grundlegende Themenbereiche zu konzentrieren, die in vier Workshops ausführlich diskutiert wurden. Im ersten Workshop wurde versucht, auf die Fragestellungen in Bezug auf die Vorteile der Archäologie für den Tourismus und die Bedürfnisse der Touristiker gegenüber den Archäologen einzugehen, während der zweite Workshop ein touristisches Angebot im Bereich des archäologischen Kulturerbes zusammenzustellen probierte. Im dritten Workshop konzentrierte sich die Diskussion auf die Mittel, die notwendig sind, um ein internationales touristisches Projekt in Verbindung mit der Archäologie zu bewerben. Der vierte Workshop schliesslich behandelte die Frage der Authentizität und der Möglichkeiten, sie durch Kultur, Tradition und Handwerk zum Ausdruck zu bringen. Im vorliegenden Band werden die Workshops und die daraus gewonnenen Ergebnisse vorgestellt.

Die drei letzten Beiträge der vorliegenden Publikation zeigen anhand von konkreten Beispielen, dass für eine erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen Ar-



chäologie zu l'avenir. Cette rencontre s'est déroulée sous le patronage et avec le soutien de l'Office fédéral de la Culture, de Suisse Tourisme, de la Fédération suisse du Tourisme ainsi que des partenaires locaux Vivat et la ville de Thoun. Nous tenons particulièrement à remercier la directrice du Musée et du Château de Thoun, Lilian Raselli, pour son aide précieuse sans laquelle le colloque n'aurait pas pu être organisé en un temps incroyablement court.

L'objectif de la rencontre était de provoquer la confrontation entre archéologues et spécialistes du tourisme afin qu'ils puissent échanger leurs connaissances et expériences. Ainsi, les deux conférences initiales, qui introduisaient l'archéologie aux gens du tourisme et les métiers du tourisme aux archéologues, ont-elles été essentielles pour lancer le dialogue, qui s'est révélé positif. De très nombreux thèmes ont été évoqués lors de la préparation de ce colloque, qui devaient à notre sens être abordés par les deux parties, archéologues et professionnels du tourisme. Nous avons choisi de nous concentrer pour cette conférence sur des sujets fondamentaux, lesquels ont été abondamment discutés lors de quatre ateliers. Le premier atelier tentait de répondre aux questions liées aux bénéfices de l'archéologie pour le tourisme et aux apports du tourisme à l'archéologie, tandis que le second abordait les besoins des archéologues et des professionnels du tourisme afin de mettre en place une offre dans le domaine du patrimoine archéologique. Au cours du troisième atelier, la discussion s'est concentrée sur les moyens nécessaires pour promouvoir un projet touristique international en relation avec l'archéologie. Enfin, le quatrième atelier abordait la question de



chäologie und Tourismus Ansatzpunkte vorliegen, sowohl auf lokaler als auch auf regionaler bzw. nationaler Ebene. Die Landschaften und deren Umgestaltung durch den Menschen eröffnen diesbezüglich neue Perspektiven, denn eine Beziehung zwischen dem Besucher, seiner Vergangenheit und der Natur, die ihn umgibt, kann so aufgezeigt werden. Und wenn heute jeder einen Teil der Abenteuer der Legionäre von Vindonissa miterleben kann, so ist dies zahlreichen historischen Forschungen zu verdanken, aber auch einer überlegten Marketingstrategie. Bei diesen Herangehensweisen werden auch die Zukunftstechnologien nicht vergessen: Applikationen für Smartphones erlauben es jedem, unsichtbare Fundstellen zu entdecken, die im tiefen Wasser der Seen oder im Uferuntergrund versteckt sind!

Und abschliessend möchten wir eine grosse Anzahl an archäologischen Fundstellen vorstellen, die bereits heute für den neugierigen und an seinem historischen Kulturerbe interessierten Besucher zugänglich sind.

Es sollte uns bewusst bleiben, dass es sowohl auf struktureller Ebene als auch auf der Ebene der Kommunikation und der Ausbildung noch viel zu tun gibt, um zukünftig eine gute Zusammenarbeit zwischen Archäologen und Touristikern zu gewährleisten. Obgleich der Weg noch weit ist, die Richtung ist eingeschlagen und wir bleiben davon überzeugt, dass Tourismus und Archäologie von nun an Hand in Hand arbeiten können, um unser gemeinsames kulturhistorisches Erbe zu bewerben.

l'authenticité et les possibilités de son expression grâce à la culture, aux traditions et à l'artisanat. La présentation des ateliers et des résultats obtenus sont développés dans cet ouvrage.

Les trois derniers articles de notre publication démontrent par le biais d'exemples concrets que des pistes existent pour une collaboration fructueuse entre l'archéologie et le tourisme, autant au niveau local que régional, voire national. Le paysage et son remaniement par l'homme ouvrent dans ce cadre-là des perspectives nouvelles car il propose de reconnaître une relation entre le visiteur, son passé et la nature qui l'entoure. Et si chacun peut vivre aujourd'hui une partie des aventures des légionnaires de Vindonissa, c'est grâce à de nombreuses recherches historiques, mais aussi à une stratégie de marketing réfléchi. Au sein de ces démarches, les technologies du futur ne sont pas oubliées: les applications pour smartphones permettent à tout un chacun de découvrir des sites invisibles, cachés par l'eau profonde des lacs ou le sous-sol des rives!

En fin de compte, il nous reste encore à faire découvrir un grand nombre de sites archéologiques, accessibles déjà aujourd'hui pour le visiteur curieux et intéressé par son patrimoine historique.

Nous devons rester conscients qu'il reste encore beaucoup à faire autant au niveau structurel qu'au niveau de la communication ou de la formation pour assurer dans le futur une bonne collaboration entre archéologues et spécialistes du tourisme. Si la route est longue, la direction est prise et nous restons convaincus que le tourisme et l'archéologie pourront désormais travailler main dans la main afin de promouvoir notre patrimoine culturel et historique commun.

▲
Stimmungsbilder der
Tagung in Thun

▲
Impressions du colloque
de Thoune

Johann Wolfgang von Goethe,
lettre à Charlotte von Stein, 20 octobre 1779¹

“
*Les Suisses traitent
[leur patrimoine]
comme des cochons*
”



“
*Die Schweizer
tractiren so etwas
wie die Schweine*
”

Johann Wolfgang von Goethe,
Brief an Charlotte von Stein vom 20. Oktober 1779¹

▲
**Das Amphitheater
von Aventicum, der
Hauptstadt des
römischen Helvetien
(Avenches VD).**

▲
**L'amphithéâtre
d'Aventicum, capitale
de l'Helvétie romaine
(Avenches VD).**

Ein paar Richtlinien für Touristiker

Die Archäologie in der Schweiz

Quelques lignes directrices à l'attention des spécialistes du tourisme

L'archéologie en Suisse

Marc-Antoine Kaeser

Wenn von Archäologie die Rede ist, so sieht der Laie sofort exotisch anmutende Bilder vor sich: Pharaonengräber, Azteken-Pyramiden, vom Urwald bedeckte Städte oder Ruinen unterm Wüstensand... Aus Gründen, die sowohl mit der Forschungsgeschichte des Faches, als auch mit Fantasiegebilden, die von der Hollywood-Filmindustrie verbreitet werden, zusammenhängen, lässt die Archäologie eine blühende Fantasiewelt auferstehen². Diese besteht aus Mysterien, Rätseln und Abenteuern und ist unzertrennbar mit dem Begriff der Reise verbunden ist, mit der Versetzung in andere Welten – zeitlich, aber auch geographisch.

Wenn man daher den Archäologietourismus in Richtung Schweiz betrachtet, so verlangt dies eine gewisse Konzentration oder eher einen «Abstand». Aber das ist gerade die Aufgabe der Touristiker: dem «Anderen» das zu verkaufen, was uns bekannt scheint, wobei nie vergessen werden darf, dass unser Land in seinen Augen eine fremde Welt ist – nicht unbedingt rätselhaft, aber mit Sicherheit merkwürdig, fremdartig und vielleicht bezaubernd.

Ausgiebige Forschungen zu einem herausragenden Kulturerbe

Von vornherein muss die Reichhaltigkeit der Schweizer Archäologie in zweierlei Hinsicht klar betont werden. Erstens ist die Geschichte der Schweiz seit der Eiszeit entsprechend der Vielfalt ihrer Landschaften, Umwelt und Kultur durch eine ebenso ausserordentliche Diversität gekennzeichnet. Zweitens zeichnet sich die wissenschaftliche Forschung zu diesem Kulturerbe durch ihre Dynamik, sowie durch die Vielzahl der Akteure, die in verschiedener Hinsicht an seiner Inwertsetzung beteiligt sind, aus. So weit so gut... aber die Notwendigkeit als solche, an diesen doppelten Reichtum erinnern zu müssen, zeugt auch von einem tatsächlich bestehenden Kommunikationsproblem. In der Tat, während der Stellenwert der Schweizer archäologischen Forschungen auf internationaler Ebene von den Spezialisten herausgestrichen wird, so bleibt dieser auf nationaler Ebene in der Öffentlichkeit grösstenteils verkannt.

Dieses Kommunikationsproblem ist meiner Ansicht nach teilweise durch die Verzettelung bedingt, die durch den föderalistischen Aufbau der Archäologie bewirkt wird, auf den wir später zurückkommen werden. Aber dieses Problem ergibt sich vor allem aus gewissen Besonderheiten, die in der Beschaffenheit des archäologischen Kulturerbes unseres Landes liegen und die seiner öffentlichen Inwertsetzung im Weg stehen.

Marc-Antoine Kaeser

Lorsqu'on parle d'archéologie, le profane visualise spontanément des images empreintes d'exotisme: des tombes de pharaons, des pyramides aztèques, des cités englouties sous la forêt vierge ou des ruines enfouies dans les sables du désert... Pour des raisons qui tiennent autant à l'histoire de la discipline qu'aux fantasmes véhiculés par l'industrie hollywoodienne, l'archéologie mobilise en effet un imaginaire foisonnant², fait de mystères, d'énigmes et d'aventures, qui semble indissociable de la notion même de voyage, de déplacement dans d'autres univers – temporels, mais aussi géographiques.

Envisager le tourisme archéologique dans le sens du déplacement vers la Suisse réclame dès lors un certain effort de concentration, ou plutôt de «décentrement». Or c'est précisément le métier des spécialistes de la branche touristique: vendre à l'«Autre» ce qui nous paraît familier, en n'oubliant jamais qu'à ses yeux, notre pays est un monde étranger – pas nécessairement mystérieux, mais assurément curieux, insolite, et peut-être enchanteur.

Des recherches foisonnantes sur un patrimoine extrêmement riche

D'entrée de jeu, il importe de souligner clairement la richesse, à double titre, de l'archéologie suisse. Premièrement, et corrélativement à la variété paysagère, environnementale et culturelle de notre pays, son histoire est caractérisée, dès les temps glaciaires, par une extraordinaire diversité. Deuxièmement, la recherche scientifique sur ce patrimoine se caractérise par son dynamisme, ainsi que par la multiplicité des acteurs également impliqués, à un titre ou à un autre, dans sa mise en valeur.

Certes... Mais la nécessité même de devoir rappeler cette double richesse témoigne aussi d'un réel

¹ Die zumindest abschätzige Bemerkung des grossen deutschen Dichters, Protagonist des «Grand Tour» (Bildungsreise) im gebildeten Bürgertum der europäischen Aufklärung (und folglich Pionier des «Tourismus») bezog sich auf die unachtsame Behandlung von römischen Fussbodenmosaiken in Avenches und in Yvonand; siehe Marc-Antoine Kaeser, *A la recherche du passé vaudois. Une longue histoire de l'archéologie*. Lausanne, Musée cantonal d'archéologie et d'histoire, 2000, S. 34.

² Siehe Marc-Antoine Kaeser, ArchäologInnen und Archäologie in den Medien: Ein störendes Spiegelbild?. In: *Geschichte, Archäologie, Öffentlichkeit. Für einen neuen Dialog zwischen Wissenschaft und Medien: Standpunkte aus Forschung und Praxis* (H.-J. Gehrke & M. Sénécheau eds.). Bielefeld, Transcript Verlag, 2010, S. 49–61.

¹ Le grand poète allemand, promoteur du «Grand Tour» dans l'Europe lettrée du 18e siècle (et par conséquent pionnier du «tourisme») appliquait sa remarque pour le moins dépréciative aux dégradations de mosaïques romaines à Avenches et à Yvonand; cf. Marc-Antoine Kaeser, *A la recherche du passé vaudois. Une longue histoire de l'archéologie*. Lausanne, Musée cantonal d'archéologie et d'histoire, 2000, p. 34.

² Cf. Marc-Antoine Kaeser, ArchäologInnen und Archäologie in den Medien: Ein störendes Spiegelbild?. In: *Geschichte, Archäologie, Öffentlichkeit. Für einen neuen Dialog zwischen Wissenschaft und Medien: Standpunkte aus Forschung und Praxis* (H.-J. Gehrke & M. Sénécheau eds.). Bielefeld, Transcript Verlag, 2010, pp. 49–61.

Ein zu vertrautes, im öffentlichen Bewusstsein oft vernachlässigtes Kulturerbe

Ohne offene Türen einrennen zu wollen, muss man eingestehen, dass die Schweiz ganz offensichtlich nicht mit so spektakulären archäologischen Monumenten ausgestattet ist wie diejenigen, die unsere Landesgenossen zu Reisen auf den Spuren alter Kulturen nach Yukatan, Ägypten oder Griechenland bewegen. Die vordergründige Unauffälligkeit der archäologischen Denkmäler in der Schweiz erklärt sich aus vier Faktoren. Sie stehen im Zusammenhang mit der besonderen Entwicklungsgeschichte unseres Landes, von der ersten menschlichen Besiedlung bis heute.

Fragile und vergängliche Hinterlassenschaften

Von den Anfängen bis zum Ende des Mittelalters (ca. 14. Jahrhundert), haben die Bevölkerungsgruppen, die das Gebiet der heutigen Schweiz besiedelten, nur wenige beständige Bauwerke errichtet (natürlich abgesehen von der Römerzeit und insbesondere dem 2. und 3. nachchristlichen Jahrhundert). Über Jahrtausende hinweg wurden die Bauwerke in Lehm- und Holzbauweise erstellt. Auch wenn diese Architektur aus vergänglichem Material perfekt an die klimatischen Verhältnisse und die lokalen Rohstoffressourcen angepasst war, so hat sie sich logischerweise schlecht erhalten: nur mit den modernen Methoden der Archäologie können die oft sehr unscheinbaren Spuren dieser fragilen Reste identifiziert werden.

Demontierte und kontinuierlich wiederverwertete Überreste

Der Reichtum mancher «exotischer» Länder an archäologischen Denkmälern ergibt sich oft aus ihrer wirtschaftlichen Armut und dem daraus folgenden schwachen Bevölkerungswachstum. Die antiken Überreste blieben vor allem erhalten, weil sie nicht durch neuere Bauten ersetzt wurden: die Menschen hatten immer Tendenz, das Alte zu zerstören, um es durch Neues zu ersetzen... bis zur Erfindung der Archäologie! So verdanken selbst die antiken Ruinen Roms ihren Erhalt der wirtschaftlichen Misere, die die «Ewige Stadt» bis zum 15. Jahrhundert kennzeichnete, als die Päpste dank eines neuen Wohlstandes beschlossen, sie aufzuwerten, um so das prachtvolle Kulturerbe der Hauptstadt der Christenheit hervorzuheben.

Demgegenüber war die Schweiz während ihrer gesamten, Jahrtausende umfassenden Geschichte durch einen mehr oder weniger gleichbleibenden Wohlstand und eine relativ kontinuierliche, dichte Besiedlung charakterisiert. Die alten Bauwerke wurden wiederverwertet oder dienten als Steinbrüche

probleme de communication. En effet, alors qu'elle est unanimement vantée parmi les spécialistes au plan international, la valeur de la recherche archéologique suisse demeure largement méconnue du grand public, à l'échelle nationale.

A nos yeux, ce problème de communication résulte en partie de l'éparpillement fédéraliste de l'activité archéologique, sur lequel nous reviendrons plus loin. Mais il découle tout d'abord de certaines spécificités propres à la nature du patrimoine archéologique de notre pays, qui représentent de réels écueils pour sa valorisation publique.

Un patrimoine trop familier, souvent négligé dans la conscience publique

Sans vouloir enfoncer des portes ouvertes, on doit reconnaître que la Suisse n'est manifestement pas dotée de monuments archéologiques aussi spectaculaires que ceux qui attirent nos compatriotes sur les chemins du Yukatan, de l'Égypte ou de la Grèce antique. L'apparente discrétion des monuments archéologiques en Suisse s'explique par quatre facteurs, qui tiennent aux spécificités de l'histoire de notre pays, des premières occupations humaines jusqu'à nos jours.

Des vestiges fragiles et périssables

Des origines jusque vers la fin du Moyen Âge (dès le 14^e siècle env.), les sociétés qui ont peuplé le territoire actuel de la Suisse n'ont guère érigé de bâtiments durables (à l'exception bien sûr de l'époque romaine, et plus particulièrement des 2^e et 3^e siècles de notre ère). Durant des millénaires, les constructions étaient généralement faites de bois et de terre. Or, si elle était parfaitement adaptée aux conditions climatiques et aux ressources locales en matières premières, cette architecture en matériaux périssables s'est logiquement mal conservée: seules les méthodes modernes de l'archéologie permettent d'identifier les traces souvent très discrètes de ces fragiles vestiges.

Des vestiges démontés et continuellement recyclés

La richesse de certains pays «exotiques» en monuments archéologiques découle souvent de leur pauvreté économique et démographique ultérieure. Si les vestiges antiques ont été préservés, c'est en effet avant tout parce qu'ils n'ont pas été remplacés par des constructions plus récentes: les sociétés ont toujours tendu à détruire l'ancien pour le remplacer par du nouveau... jusqu'à l'invention de l'archéologie! Ainsi, les ruines antiques de Rome elle-même n'ont dû leur salut qu'à la misère économique qu'a connue la «Ville éternelle» jusqu'au 15^e siècle, lorsqu'à la



◀ Obgleich als Welterbe der UNESCO eingetragen, sind die Pfahlbausiedlungen im Allgemeinen nicht für die Öffentlichkeit zugänglich; es handelt sich um ein «unsichtbares Kulturgut»...

◀ Quoique classés au Patrimoine mondial de l'UNESCO, les sites lacustres ne sont généralement pas accessibles au public; il s'agit en fait d'un «patrimoine invisible»...

für neue Konstruktionen. Unter diesem Aspekt muss übrigens die herausragende Erhaltung der römischen Städte von Aventicum oder Kaiseraugst erklärt werden: da sich diese Fundstätten zu weit entfernt von den neuen Stadtzentren befanden (in diesen Fällen Bern, Lausanne oder Basel), wurden die antiken Steinblöcke dort nur wenig zerstört, demontiert oder wiederverwertet.

Kaum wahrnehmbare, in heutige Bauwerke integrierte Denkmäler

Aufgrund dieser Wiederverwertungen, bleiben die archäologischen Hinterlassenschaften in der Schweiz oft unbemerkt, denn sie sind in gewisser Weise Bestandteil unserer vertrauten Umgebung. Zum Beispiel kleine Kirchen oder Kapellen, die an der Stelle von prähistorischen Kultplätzen oder mittelalterliche Burgen, die über römischen Fundamenten errichtet wurden.

In der Schweiz erfüllen viele Denkmäler seit Jahrhunderten dieselbe Funktion. Im Unterschied dazu sind Mayapyramiden oder griechische Tempel heute ausschliesslich für den Tourismus genutzte Bauwerke. Ob es sich um eine romanische Burg handelt, in der sich heute immer noch der Sitz der politischen Macht befindet oder um eine alte Kirche, in der seit mehr als tausend Jahren Gottesdienste abgehalten werden, diese sorgfältig in Stand gehaltenen Denkmäler sind so gut in unser Alltagsleben integriert, dass man Mühe hat, sie als solche zu erkennen. Kurz, durch die kontinuierliche Entwicklung unserer Geschichte fehlt vielen alten Denkmälern die notwendige Fremdheit, die sie als «archäologisch» auszeichnen würde.

faveur d'une nouvelle aisance financière, les papes ont décidé de les mettre en valeur pour affirmer l'héritage prestigieux de la capitale de la Chrétienté.

A l'inverse, le territoire de la Suisse a été caractérisé, tout au long de son histoire millénaire, par une prospérité assez régulière et une occupation dense et continue. Les monuments anciens ont donc été recyclés, ou ont servi de carrières pour les nouvelles constructions. C'est du reste ainsi qu'il faut comprendre la préservation exceptionnelle des cités romaines d'Avenches ou d'Augst: si l'on n'y a que peu démolé, démonté et réemployé les blocs antiques, c'est parce que ces sites étaient trop éloignés des nouveaux centres urbains (Berne, Lausanne ou Bâle, dans ces cas).

Des monuments imperceptibles, car intégrés dans notre présent

En raison de ces recyclages, les vestiges archéologiques passent souvent inaperçus en Suisse, car ils font en quelque sorte partie de notre environnement familier, à l'instar des chapelles ou des oratoires chrétiens implantés sur des lieux de culte préhistoriques ou des châteaux médiévaux dressés sur des fondations romaines.

A la différence d'une pyramide maya ou d'un temple grec, qui sont des ruines sans usage moderne autre que touristique, bon nombre de monuments, dans notre pays, remplissent souvent les mêmes fonctions depuis des siècles. Qu'il s'agisse d'un château roman abritant toujours le siège du pouvoir politique aujourd'hui, ou d'un temple vieux de plus de



© M. Koenig, Musée d'Yverdon et région

▲
Menhirreihen von
Yverdon/Clendy VD.

▲
Alignements de
menhirs d'Yverdon/
Clendy VD.

**Geringes Interesse an einer ideologischen
Inszenierung der Vergangenheit**

Überall auf der Welt verdanken die grossen archäologischen Fundstätten ihre Erhaltung ehrgeizigen Restaurierungsprojekten, die in der Regel ganz offensichtlich mit ideologischen Hintergedanken durchgeführt werden, insbesondere im Rahmen von Rivalitäten aus nationalen, imperialistischen oder kolonialen Beweggründen. Im Gegensatz dazu (und im Guten wie im Schlechten), haben die Besonderheiten der Geschichte unseres Landes im Verlauf der letzten Jahrhunderte so gut wie keine Inszenierung des archäologischen Kulturerbes stimuliert³. Auch heute ist dieses mangelnde politische Interesse an der Archäologie noch weit verbreitet. Obgleich die Schweizer Eidgenossenschaft und die Kantone in den letzten Jahrzehnten in Bezug auf die wissenschaftliche Untersuchung und Inwertsetzung der archäologischen Fundstellen bemerkenswerte Anstrengungen gemacht haben, so sind diese noch

mille ans qui accueille encore des cultes religieux, ces monuments soigneusement entretenus sont tellement intégrés dans notre vie quotidienne qu'on peine à les envisager comme tels. En un mot, les continuités qui caractérisent notre histoire n'ont pas alimenté l'étrangeté nécessaire à la qualification archéologique de bon nombre de vestiges du passé.

**Peu d'intérêts idéologiques pour la mise en
scène du passé**

Partout dans le monde, les grands sites archéologiques doivent leur survie à d'ambitieux programmes de restauration, entrepris d'ordinaire avec d'évidentes arrière-pensées idéologiques, notamment dans le cadre des rivalités nationales, impériales et coloniales. Par contraste (et pour le meilleur comme pour le pire), les spécificités de l'histoire de notre pays au cours de ces derniers siècles n'ont guère stimulé la mise en scène du patrimoine archéologique³.

Ce manque d'intérêt politique pour l'archéologie semble largement cultivé encore de nos jours. Ainsi, alors même que la Confédération et les cantons suisses ont consenti, ces dernières décennies, des efforts exemplaires pour l'étude et la valorisation scientifiques des sites archéologiques, ces efforts ne sont que très insuffisamment accompagnés d'investissements destinés à leur mise en valeur publique. En d'autres termes, l'archéologie n'est que très rarement perçue comme une ressource touristique. Et comme on le verra ci-dessous, les archéologues eux-mêmes ne sont pas encouragés dans cette entreprise.

³ In dieser Hinsicht ist zu bemerken, dass die berühmtesten Bauwerke des römischen Helvetien (das Theater, das Amphitheater und der Cigognier-Tempel in Avenches) alle Ende der 1930er Jahre und in den frühen Nachkriegsjahren erforscht und restauriert wurden, im Rahmen einer voluntaristischen archäologischen Politik, die zum Teil von der «Geistigen Landesverteidigung» ausgelöst wurde: die Aufwertung der römischen Wurzeln der Eidgenossenschaft ermöglichte es, pangermanische Bestrebungen seitens des nationalsozialistischen Dritten Reiches entgegenzuwirken... Siehe: Daniel Castella, *1938-1943: chômeurs, soldats et mécène au service de l'archéologie*. Avenches, Musée romain, 2012.

³ A cet égard, on notera que les monuments parmi les plus célèbres de l'Helvétie romaine (le théâtre, l'amphithéâtre et le temple du Cigognier, à Avenches) ont tous été explorés et restaurés entre la fin des années 1930 et les années d'immédiat après-guerre, dans le cadre d'une politique archéologique volontariste, motivée en grande partie par la «Défense spirituelle»: la valorisation des racines latines de la Confédération permettait de contrer les ambitions pangermaniques du III^e Reich national-socialiste... Cf. Daniel Castella, *1938-1943: chômeurs, soldats et mécène au service de l'archéologie*. Avenches, Musée romain, 2012.

sehr unzureichend von Investitionen zu ihrer öffentlichen Inwertsetzung begleitet. Das heisst, die Archäologie wird nur äusserst selten als eine Ressource für den Tourismus aufgefasst. Und wie im Folgenden dargestellt, werden die Archäologen selbst bei diesem Unterfangen nicht unterstützt.

Die Art der Bodendenkmäler: welche Fundstellen, welche Bauwerke?

Wenn man von so bedeutenden Stätten wie der Berner Altstadt oder der Abtei von Einsiedeln absieht (die wir hier nicht als archäologische Stätten betrachten möchten⁴), wird man sich der Probleme einer Nutzung der Archäologie für den Tourismus in der Schweiz bewusst. Manche dieser berühmten Denkmäler sind schwer zugänglich oder unsichtbar, wie die als Welterbe der UNESCO eingetragenen Pfahlbaustationen – ohne die zahlreichen Fundstellen zu erwähnen, die von den Archäologen ausgegraben, aber zerstört werden mussten, um modernen Bebauungen Platz zu machen (Autobahnen, Zugstrecken oder diverse Gebäudevorhaben).

Unabhängig davon können fünf Kategorien von archäologischen Denkmälern in unserem Land hervorgehoben werden, die eine ganz unterschiedliche Bedeutung besitzen; davon soll auf die drei letztgenannten näher eingegangen werden, für die ein paar besondere Erläuterungen erforderlich scheinen.

- a) Historische Bauwerke im engeren Sinne: Kirchen, Burgen, Stadtzentren, Befestigungen, alte Gehöfte, historische Wege etc.
- b) Ruinen der Römerzeit: Tempel, Theater, Amphitheater, Basiliken, Foren, Stadtmauern, verschiedene Siedlungsreste mit Mosaikfussböden und Wandmalereien, etc.
- c) Megalithmonumente: Die in der Schweiz entdeckten Dolmen (Kollektivgräber aus dem Neolithikum) und die zahlreichen Menhire (einzeln stehend oder häufiger in Reihen angeordnet, sind im Kollektivbewusstsein kaum präsent, vielleicht weil die meisten dieser Megalithen erst im Lauf der letzten Jahrzehnte identifiziert, wieder aufgestellt und restauriert wurden. Diese Monumente, da sie Träger einer starken symbolischen Bedeutung sind und im Allgemeinen an bezeichnenden Orten errichtet wurden, bieten jedoch unbestritten einen herausragenden Vorteil für den Tourismus.
- d) Prähistorische Fundstätten: Mit Ausnahme der oben erwähnten Megalithmonumente haben uns unsere prähistorischen Vorfahren so gut wie keine beständigen Bauwerke hinterlassen. Wenn man die prähistorischen Epochen aus dem Blickwinkel der Kulturvermittlung betrachtet, fällt die

La nature des vestiges: quels sites, quels monuments?

Lorsque l'on fait abstraction de sites majeurs tels que la vieille ville de Berne ou l'abbaye d'Einsiedeln (que nous n'envisageons pas comme des sites archéologiques⁴), on mesure donc les problèmes inhérents à l'exploitation touristique de l'archéologie en Suisse. Ceci d'autant plus que certains des ensembles patrimoniaux parmi les plus célèbres sont difficiles d'accès ou invisibles, comme les stations lacustres inscrites au Patrimoine mondial de l'UNESCO – sans parler des nombreux sites fouillés par les archéologues, mais qui ont dû être démantelés pour faire place à des aménagements modernes (autoroutes, voies ferroviaires ou projets immobiliers divers).

Quoi qu'il en soit, les principales ressources archéologiques de notre pays peuvent être distinguées en cinq catégories de portée très variable; nous nous arrêterons plus longuement sur les trois dernières, qui nous semblent réclamer quelques précisions particulières.

- a) Les monuments historiques au sens restreint: églises, châteaux, noyaux urbains, fortifications, anciennes fermes, voies historiques, etc.
- b) Les ruines d'époque romaine: temples, théâtres, amphithéâtres, basiliques, forums, enceintes, vestiges d'habitats divers, avec leurs pavements de mosaïques et leurs peintures murales, etc.
- c) Les monuments mégalithiques: les dolmens (tombes collectives d'époque néolithique) et les très nombreux menhirs (isolés, ou plus souvent disposés en alignements): découverts en Suisse sont peu présents dans la conscience collective, peut-être parce que la plupart de ces mégalithes ont été identifiés, remontés et restaurés au cours des dernières décennies seulement. Porteurs d'une forte charge symbolique et généralement érigés en des lieux emblématiques, ces monuments présentent pourtant d'indéniables atouts touristiques.
- d) Les sites préhistoriques: à l'exception des monuments mégalithiques traités ci-dessus, nos ancêtres préhistoriques ne nous ont guère légué de monuments durables. Lorsqu'on envisage les temps préhistoriques sous l'angle de la médiation

⁴ Es soll jedoch nicht vergessen werden, dass diese Bauwerke für viele Besucher (insbesondere Touristen aus nicht-westlichen Ländern, denen unsere jüngere Geschichte oft vollkommen unbekannt ist) zur gleichen Kategorie wie zum Beispiel das römische Theater in Augst gehören.

⁴ On n'oubliera toutefois pas que pour bon nombre de visiteurs (notamment les touristes non-occidentaux, auxquels notre histoire récente est tout à fait étrangère), ces monuments historiques appartiennent au même registre que le théâtre romain d'Augst, par exemple.

► Die Publikumsvermittlung in der Archäologie erfolgt auch über die Organisation von Veranstaltungen wie das Römerfest in Augst, das jedes Jahr im Römermuseum Augusta Raurica stattfindet.

► La médiation publique de l'archéologie passe aussi par l'organisation d'événements tels que la *Römerfest* d'Augst, organisée chaque année par le musée romain d'Augusta Raurica.



Wahl von allein auf Fundstellen, die eng in eine signifikante Umgebung eingegliedert sind, wie Höhlen, Felsabris, befestigte Siedlungen und Grabhügel. Der Reiz dieser Fundstellen liegt in ihrer starken Ausstrahlung, die den Charme, der ihrer bisweilen idyllischen Umgebung innewohnt, verdoppelt. Wie wir im Folgenden sehen werden (siehe nachstehend, S. 74), sollte die Inwertsetzung der prähistorischen Bodendenkmäler in enger Interaktion mit der touristischen Nutzung der vielfältigen Landschaften unseres Landes geplant werden.

e) Museen und Archäologieparks: Von den wichtigsten Stadtzentren bis in die abgelegensten Landstriche ist die Schweiz mit einem Netz von Museen unterschiedlicher Grösse und Ausmasses überzogen, die das regionale bzw. nationale Kulturerbe entweder gesamthaft (von den Anfängen bis heute) oder mit besonderer Hervorhebung von bestimmten Themen oder Zeiten darstellen. Für die zahlreichen Museen zur Inwertsetzung der römischen Fundstätten ist dies der Fall. Auch wenn nicht alle mit herausragenden Sammlungen oder aussergewöhnlichen finanziellen Mitteln ausgestattet sind, so sind diese Museen durch den Vorrang, den sie dem Publikumsempfang geben und durch ihr reichhaltiges Kulturvermittlungsangebot gekennzeichnet. Aufgrund der Besonderheiten des archäologischen Kulturerbes, bieten diese Museen oft eine willkommene Ergänzung zur Entdeckung der Fundstellen selbst. Diese Komplementarität wird darüber hinaus aktiv von den Archäologen angestrebt, denn

culturelle, le choix se porte donc naturellement sur des sites étroitement insérés dans un environnement signifiant, tels que les grottes, les abris sous roche, les habitats fortifiés et les tertres funéraires. L'attrait de ces sites réside dans leur puissant pouvoir évocateur, qui double le charme inhérent à leur environnement parfois bucolique. Comme nous le verrons ailleurs (cf. ci-dessous, p. 74), la mise en valeur de ce patrimoine préhistorique devrait être conçue en étroite interaction avec l'exploitation touristique de la richesse paysagère de notre pays.

e) Les musées et les parcs archéologiques: des principaux centres urbains jusque dans les campagnes les plus reculées, le territoire de la Confédération est constellé de musées de taille et d'envergure variables, qui mettent en valeur le patrimoine régional ou national, soit dans son ensemble (des origines jusqu'aux temps historiques), soit avec un accent particulier sur certains thèmes ou certaines époques, comme dans le cas des nombreux musées destinés à la mise en valeur de sites romains. S'ils ne sont pas tous dotés de collections et de moyens financiers exceptionnels, la plupart de ces musées se caractérisent par les priorités qu'ils accordent à l'accueil des publics et par la richesse de l'offre en médiation culturelle. En raison des spécificités du patrimoine archéologique, ces musées offrent un complément bienvenu à la découverte des sites eux-mêmes. Cette complémentarité est d'ailleurs activement recherchée par les archéologues, puisqu'à côté des fréquents musées de sites, on peut signaler bon nombre de parcs

neben zahlreichen Fundortmuseen, kann eine beachtliche Zahl an Archäologieparks aufgelistet werden, die Freilichtrekonstruktionen bieten und in denen pädagogische Workshops sowie Vorführungen zu altem Handwerk und Aktivitäten stattfinden.

Wer macht was? Wie ist die Schweizer Archäologie aufgebaut?

Die Schweizer Archäologie wird durch extrem komplexe Regeln, Prinzipien und Gewohnheiten gesteuert, die sich einerseits aus der Diversität der beteiligten Sektoren ergeben (hauptsächlich die Raumplanung und die Kultur, sowie die wissenschaftliche Forschung und die höhere Bildung in den Bereichen der Natur- und Geisteswissenschaften) und andererseits aus dem Schweizerischen föderalistischen System⁵.

Dem Schweizerischen Zivilgesetzbuch zufolge ist das archäologische Kulturgut eine kantonale Angelegenheit. Seit einem Jahrhundert haben daher die Kantonsstaaten in diesem Bereich Gesetze und Verwaltungssysteme entwickelt, die sehr unterschiedliche Formen annehmen können. Aber generell (und unabhängig von den verwendeten Terminologien) sind es die Behörden der jeweiligen Verwaltungen des Öffentlichen Bau-, Schul- und Bildungswesens oder der Raumplanung die *ad hoc* archäologische Dienste eingerichtet haben – meistens mit einer zusätzlichen Unterscheidung zwischen Bodendenkmälern und Baudenkmalern.

Die kantonalen Behörden (Ämter für Denkmalpflege, Archäologie, etc.) sind die von Rechts wegen offiziellen Zuständigen für die archäologischen Fundstätten. Sie übernehmen die Verantwortung für die Inventarisierung, die Ausgrabung, die wissenschaftliche Untersuchung, sowie die Konservierung des kantonalen Kulturerbes. Aber sie führen diese Aufgaben nicht immer selbst durch, sondern können sie an Vereine, Privatunternehmen, Museen, Universitätsinstitute oder an Gemeinde- oder Stadtdienste oder sogar an Spezialdienste eines anderen Kantons delegieren.

In diesem föderalistischen Rahmen spielt die Eidgenossenschaft eine hauptsächlich subsidiäre Rolle. Sie bewilligt Subventionen oder direkte Finanzierungen (wie im Fall der Ausgrabungen entlang der Trasse von Autobahnen oder Nationalstrassen), versichert sich der Übereinstimmung der Kantonsgesetze mit internationalen Konventionen und Verträgen und vertritt die Schweizer Archäologie auf internationaler Ebene (wie kürzlich im Fall der Eintragung mehrerer Schweizer Fundstellen als Welterbe der UNESCO unter der Schirmherrschaft des Bundesamtes für Kultur).

archéologiques offrant des reconstitutions en plein air, où sont organisés des ateliers didactiques, des animations ou des démonstrations d'artisanat et d'activités antiques.

Qui fait quoi? Comment fonctionne l'archéologie en Suisse?

Le fonctionnement de l'archéologie en Suisse est régi par des règles, des principes et des usages d'une extrême complexité, qui découle, d'une part de la diversité des secteurs impliqués (principalement l'aménagement du territoire et la culture, ainsi que la recherche scientifique et l'instruction publique supérieure, dans les domaines des sciences naturelles et des sciences humaines), et d'autre part, du fédéralisme helvétique⁵.

De fait, en vertu du Code civil suisse, l'archéologie constitue une prérogative cantonale. Or, depuis un siècle, les états cantonaux ont adopté, dans ce domaine, des lois et des systèmes administratifs dont la forme peut être très variable. Mais de manière générale (et indépendamment des terminologies retenues), cette responsabilité est placée sous l'autorité des administrations respectives des Travaux publics, de l'Instruction publique ou de l'Aménagement du territoire, qui se sont pour la plupart dotées de services archéologiques *ad hoc* – avec d'ordinaire une distinction supplémentaire entre patrimoine enfoui et patrimoine bâti.

Concrètement, ce sont donc ces services cantonaux (Offices du patrimoine, *Denkmalpflege*, *Bodenforschung*, etc.) qui sont, *de jure*, les répondants officiels pour les sites archéologiques. Ils assument la responsabilité de l'inventaire, de la fouille, de la recherche scientifique et de la conservation du patrimoine cantonal. Mais ils n'assurent pas toujours eux-mêmes ces tâches, qui peuvent être déléguées à des associations, à des entreprises privées, à des musées ou à des instituts universitaires, à des services municipaux ou d'agglomération, voire à des services spécialisés d'un autre canton.

Dans ce cadre fédéraliste, la Confédération joue un rôle essentiellement subsidiaire. Elle accorde des subventions ou des financements directs (comme dans le cas des fouilles effectuées sur le tracé des routes fédérales), s'assure de la conformité des lois cantonales avec les conventions et les traités inter-

⁵ Für eine zusammenfassende Darstellung der verschiedenen Bundesorgane und Bundesorganismen, siehe das in *Archäologie Schweiz* 21/2, 1998 publizierte Dossier.

⁵ Pour une présentation synthétique des divers organes fédéraux et organismes nationaux, voir le dossier publié dans *Archéologie suisse* 21/2, 1998.

In der Praxis sollen schliesslich die nichtstaatlichen Organisationen nicht vergessen werden. Insbesondere aufgrund der Bedeutung der kulturellen und identitätsbezogenen Fragestellungen können tatsächlich Hunderte von Gesellschaften, Vereinen und Zirkeln aufgezählt werden, die sich der Förderung thematischer oder regionaler archäologischer Interessen widmen und die sich über die Spezialisten und Berufsarchäologen hinaus an ein sehr breit gefächertes Publikum wenden. Diese bisweilen sehr aktiven Organe profitieren von einer umfassenden politischen Unterstützung, die aber normalerweise auf Kantonsebene beschränkt bleibt.

Eine starke regionale Verzettelung

Die föderalistische Organisation der Archäologie garantiert eine unmittelbare Nähe mit den Beteiligten vor Ort. Diese Nähe ist umso vorteilhafter als sich die Bindung an das Kulturerbe, aus offensichtlichen identitätsbezogenen Beweggründen heraus, üblicherweise auf regionaler Ebene zum Ausdruck kommt. Aber die sehr dichte Flächenabdeckung der denkmalpflegerischen Interessen hat auch negative Konsequenzen, die im Zusammenhang mit der Zerstreuung von Kräften und der Schwierigkeit stehen, die Archäologen für die Durchsetzung bestimmter gemeinsamer Interessen zu gewinnen – trotz der 1971 gegründeten Konferenz der Schweizer Kantonsarchäologinnen und Kantonsarchäologen. Tatsächlich zeigt das hohe Potential öffentlicher Mobilisierung für denkmalpflegerische Anliegen auf lokaler oder kantonaler Ebene einen starken Kontrast mit der schwachen «denkmalpflegerischen Lobby» auf der Ebene der Eidgenossenschaft auf. In Anbetracht zunehmenden Drucks seitens der Verwaltung und der Politik auf nationaler und internationaler Ebene, sind sich die Schweizer Archäologen nunmehr der Notwendigkeit einer solideren Koordination bewusst geworden, insbesondere durch Trägerorganisationen wie NIKE (Nationale Informationsstelle für Kulturgüter-Erhaltung) oder des Vereins Archäologie Schweiz. So wurde im Januar 2010 der Kongress «Horizont 2015» in Bern organisiert, der als «Generalversammlung» der Archäologie in der Schweiz fungierte, um die Überlegungen zu diesen Fragestellungen im Verlauf der nächsten Jahre auszubauen⁶.

nationaux, et représente l'archéologie suisse au plan international (comme dans le cas de l'inscription récente de plusieurs sites suisses au Patrimoine mondial de l'UNESCO, sous l'égide de l'Office fédéral de la culture).

Dans la pratique, on ne saurait oublier enfin les organisations non-gouvernementales. En raison notamment de l'importance des enjeux culturels et identitaires, on compte en effet des centaines de sociétés, d'associations et de cercles voués à la promotion d'intérêts archéologiques thématiques ou régionaux, et qui s'adressent, au-delà des spécialistes ou des professionnels, à des publics très divers. Parfois très actifs, ces organismes peuvent disposer de bons relais politiques, mais souvent confinés au plan cantonal.

Une forte dispersion régionale

L'organisation fédérale de l'archéologie garantit une grande proximité des acteurs avec le terrain. Cette proximité est d'autant plus bénéfique que, pour d'évidents motifs identitaires, l'attachement au patrimoine s'exprime traditionnellement au plan régional. Pourtant, cette couverture géographique très dense des intérêts patrimoniaux a aussi des conséquences préjudiciables, qui tiennent à la dispersion des forces et à la difficulté de rassembler les acteurs de l'archéologie pour la défense de certains intérêts communs – en dépit de la fondation en 1971 de la Conférence suisse des archéologues cantonaux. De fait, le fort potentiel de mobilisation publique autour de causes patrimoniales à l'échelle locale ou cantonale offre un puissant contraste avec la faiblesse du «lobby patrimonial» à l'échelle de la Confédération. Considérant le poids croissant de certaines pressions administratives et politiques sur les plans national et international, la communauté archéologique suisse a désormais pris conscience de la nécessité d'une coordination plus solide, notamment par le biais d'organisations faitières comme NIKE (Centre national d'information pour la conservation des biens culturels) ou l'association Archéologie Suisse. En janvier 2010, le colloque «Horizon 2015», figurant en quelque sorte les «Etats généraux» de l'archéologie en Suisse, a ainsi été organisé à Berne, afin d'alimenter la réflexion sur ces enjeux au cours des prochaines années⁶.

Quels sont les interlocuteurs des acteurs touristiques?

Au vu de ce qui précède, on comprend que la valorisation touristique du patrimoine ne peut être engagée sans l'accord des services cantonaux d'archéologie, qui assurent la conservation des sites. Pourtant, les acteurs du tourisme devraient se gar-

⁶ <http://www.horizont2015.ch>; anlässlich dieses Kongresses entstand übrigens die Idee der Tagung ArchaeoTourism2012. Siehe auch: Buchillier & al., «Archéologie Suisse – une société en faveur de la protection du patrimoine archéologique», *Archäologie Schweiz* 34/4, 2011, S. 4–15. Darüber hinaus haben sich vor kurzem, am 28. Mai 2013, Archäologie Schweiz, NIKE, der Schweizer Heimatschutz und die Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte zusammengeschlossen, um den Dachverband «Alliance Patrimoine» zu begründen.



◀ Das 1824 in eine Militärkasernen umgewandelte Schloss von Colombier NE war zur Zeit der Burgunderkönige ein Hauptort. Die Schlossmauern wurden jedoch über den Fundamenten eines weitläufigen römischen Landguts errichtet, dessen Überreste nicht mehr sichtbar sind, da sie im Mittelalter wiederverwertet wurden.

◀ Transformé en caserne militaire en 1824, le château de Colombier NE était un site majeur à l'époque des rois de Bourgogne. Or ses murs se dressent sur les fondations d'un gigantesque palais romain, dont les vestiges sont d'autant moins perceptibles qu'ils ont été recyclés au Moyen Âge.

Wer sind die Ansprechpartner für die Touristiker?

Vor dem Hintergrund der obigen Ausführungen wird es verständlich, dass die touristische Inwertsetzung des Kulturerbes nicht ohne die Zustimmung der Kantonsarchäologien, denen der Schutz der Fundstellen obliegt, erfolgen kann. Aber die Touristiker sollten nicht zu hohe Erwartungen an diese vorrangigen Ansprechpartner stellen. Obwohl die Kantonsarchäologien zwar für die Förderung des Kulturerbes empfänglich sind, so ist diese als solche nicht Teil ihres Aufgabenbereiches, der sich auf die Erhaltung und Erforschung konzentriert. Demgegenüber kann die touristische Nutzung manchmal in Konflikt mit den Erhaltungsbestrebungen stehen. Um es kurz zu fassen: in den Vereinen werden die Touristiker mit Sicherheit die motiviertesten Ansprechpartner finden. Aber sie müssen dabei auch berücksichtigen, dass diese Organisationen auf der Basis des freiwilligen Engagements betrieben werden. Ihre finanziellen Grundlagen sind sehr instabil und sie können langfristig keine zuverlässigen Garantien bieten. In dieser Hinsicht sind es daher die Museen, die meiner Meinung nach privilegierte Kooperationspartner für innovative Zusammenarbeit im Bereich der touristischen Förderung darstellen.

Die archäologischen Museen: privilegierte Kooperationspartner

Die Schweiz ist für die grosse Anzahl und Vielfalt ihrer Museen bekannt. Darunter befinden sich auch viele Museen, die der Inwertsetzung des archäolo-

der de placer des attentes excessives sur ces interlocuteurs prioritaires. Parce que si les archéologies cantonales peuvent être sensibles à la promotion du patrimoine, celle-ci ne figure généralement pas en tant que telle à leur cahier des charges, qui se concentre sur la sauvegarde et la recherche. Or l'exploitation touristique peut parfois entrer en conflit avec les intérêts de la conservation.

Bref: c'est au sein des associations que les acteurs du tourisme trouveront certainement leurs interlocuteurs les plus motivés. Mais ils devront prendre en considération le fait que ces organisations fonctionnent sur le bénévolat; elles disposent d'assises financières très fragiles, et ne peuvent offrir de garanties de fiabilité sur le long terme. A ce titre, ce sont par conséquent les musées qui me paraissent représenter les partenaires privilégiés pour des collaborations innovantes dans le domaine de la promotion touristique.

Les musées archéologiques: des partenaires privilégiés

Connue pour la richesse et la diversité de ses musées, la Suisse compte également un grand nombre de musées dédiés à la mise en valeur du patrimoine archéologique. Or, quel que soit leur statut (commu-

⁶ <http://www.horizont2015.ch>; c'est d'ailleurs lors de ce colloque qu'a germé l'idée du présent colloque ArchaeoTourism2012. Egalement: Buchillier & al., Archéologie Suisse – une société en faveur de la protection du patrimoine archéologique, *Archéologie Suisse* 34/4, 2011, pp. 4-15. Tout récemment enfin, le 28 mai 2013, Archéologie suisse, NIKE, Patrimoine suisse et la Société d'histoire de l'art en Suisse se sont associées pour la création de l'association faïtière «Alliance Patrimoine».



gischen Kulturguts gewidmet sind. Aber unabhängig von ihrem Status (Gemeinde, Kanton oder Bund, privat, gemischt oder Vereine) teilen alle Museen die Förderungsziele der Touristiker. Und wenn ihr «Standardpublikum» auch deutlich anders zusammengesetzt ist (Schulen und regionales Bildungsbürgertum), so sind sie veranlasst, ihr neues Publikum eben gerade im Kundenstamm des Tourismus (Nah- oder Ferntourismus) zu suchen.

Selbstverständlich sind die Museen im Prinzip nur für ihre Sammlungen verantwortlich und nicht für die Kulturdenkmäler als solche. Aber wie oben gezeigt, macht es die Beschaffenheit der archäologischen Fundstellen in der Schweiz notwendig, die szenographischen Vorteile des Mediums «Ausstellungen» zu nutzen. Schliesslich, angesichts der Veränderungen der Museumslandschaft und neuer Erwartungen des Publikums (sowie ihrer Aufsichtsbehörden), müssen die Museen «draussen» immer aktiver werden, wie es übrigens die rezente Schaffung von verschiedenen «Archäoparks», einer Zwischenform zwischen Museum und Ereignispark, zeigt.

Diesbezüglich verdeutlicht der grosse Erfolg in der Öffentlichkeit von Veranstaltungen, wie dem Römerfest in Augst, dem *Vully Celtic Festival* oder dem *Festival La Tène*, dass solche Events eine Gelegenheit für die Förderung der Archäologie bieten. Die Nachfrage ist mit Sicherheit vorhanden. Aber um die Durchführbarkeit solcher Unternehmungen zu sichern, müssen die Leistungsfähigkeit der Organisation und die Qualität des Angebots gewährleistet sein. Und dies wird eben genau durch die Zusammenarbeit mit den Museen garantiert. Letztere haben in der

nal, cantonal ou national, privé, mixte ou associatif), tous ces musées partagent les objectifs promotionnels des acteurs du tourisme. Et si leur public «naturel» est clairement distinct (les écoles et le *Bildungsbürgertum* régional), c'est précisément au sein de la clientèle touristique (de proximité ou non) qu'ils sont conduits à chercher leurs nouveaux publics.

Bien entendu, les musées sont en principe responsables uniquement de leurs collections, et non pas des monuments patrimoniaux en tant que tels. Mais comme on l'a vu ci-dessus, la nature des sites archéologiques de notre pays rend souvent nécessaire le recours aux avantages scénographiques du média que représentent les «expositions». Enfin, en vertu des modifications du paysage muséal et des nouvelles attentes du public (et de leurs autorités de tutelle), les musées sont appelés à intervenir toujours plus activement «hors les murs», comme le montre du reste la création récente de divers «parcs archéologiques», cette forme intermédiaire entre le musée et le parc d'attraction.

A cet égard, le grand succès public de manifestations telles que le *Römerfest* d'Augst, le *Vully Celtic Festival* ou le *Festival La Tène* illustre l'opportunité que représentent de telles manifestations pour la promotion de l'archéologie. A n'en pas douter, la demande est réelle. Mais pour assurer la viabilité de telles entreprises, il faut pouvoir garantir l'efficacité de l'organisation et la qualité de l'offre. Or c'est précisément ce que garantit la collaboration avec les musées archéologiques. Ceux-ci ne sont en effet pas seulement rompus à de tels exercices



◀ Das neolithische Dorf von Hauterive/ Champréveyres, das an derselben Stelle der 3810 v. Chr. errichteten Häuser im archäologischen Park des Laténiums rekonstruiert wurde.

◀ Le village néolithique d'Hauterive/ Champréveyres reconstitué à l'emplacement exact des maisons érigées en 3810 av. J.-C. dans le parc archéologique du Laténium.

Tat nicht nur Erfahrung mit Kulturvermittlung: sie sind vor allem in der Lage, auf pädagogischer und kultureller Ebene zwischen wirklich erfolgreichen Aktionen und solchen, die nur kurzlebiger Freizeitkonsum sind, zu unterscheiden.

de médiation: ils sont surtout équipés, par nature, pour distinguer, tant que possible, les actions réellement fécondes, aux plans didactique et culturel, de ce qui ne relève que de l'éphémère consommation de loisirs.

SWISS ARCHAEOLOGY A GUIDE FOR TOURISM SPECIALISTS

Summary

This presentation addresses problems specific to the promotion of archaeological sites in Switzerland. It examines the particular nature of these sites and considers their potential for tourism, and goes on to analyse the workings of Swiss archaeology and identify key contacts for the tourism industry in order to facilitate the collaborative promotion of Switzerland's exceptional archaeological heritage.

L'ARCHEOLOGIA IN SVIZZERA QUALCHE DIRETTIVA ALL'ATTENZIONE DEGLI SPECIALISTI DEL TURISMO

Riassunto

Questo contributo verte sui problemi legati alla valorizzazione delle vestigia archeologiche in Svizzera. Dapprima, viene analizzato in maniera sintetica la natura specifica di queste vestigia, per poi trattare delle potenzialità nell'ottica di un loro utilizzo in ambito turistico. Viene studiato infine il funzionamento dell'archeologia in Svizzera allo scopo di identificare gli interlocutori adeguati per gli attori del campo turistico e nell'intento di sviluppare nuove collaborazioni che promuovino lo straordinario interesse e valore del patrimonio archeologico svizzero.

Ratschläge für Archäologen

Tourismus in der Schweiz

Quelques conseils pour les archéologues

Le tourisme en Suisse

Chantal Beck und Mario Lütolf

Der Tourismus spielt in der Schweizer Wirtschaft eine bedeutende Rolle. Bei 35,5 Milliarden Franken Gesamteinnahmen wurden im Jahr 2010 18 Milliarden oder 51% durch die Beherbergung, die Verpflegung oder den Transport von Touristen erwirtschaftet. Die touristische Beschäftigung lag bei rund 144 800 Vollzeitäquivalenten. Dem Tourismus sind rund 6% der gesamten Exporteinnahmen zuzuordnen. Hinter der Chemischen Industrie, der Metall-/ Maschinenindustrie und der Uhrenindustrie belegt er Platz 4 der Rangliste.

Tourismus mit Stärken, Schwächen und grossen Herausforderungen

Als Stärke wird die zentrale Lage der Schweiz ausgewiesen, die gut ausgebaute Verkehrsinfrastruktur, die attraktive Landschaft und das vielfältige Angebot. Als Schwächen werden die stark fragmentierten Betriebs- und Branchenstrukturen und die geringe Produktivität im arbeitsintensiven Dienstleistungsgewerbe erkannt. Die wichtigsten Herausforderun-

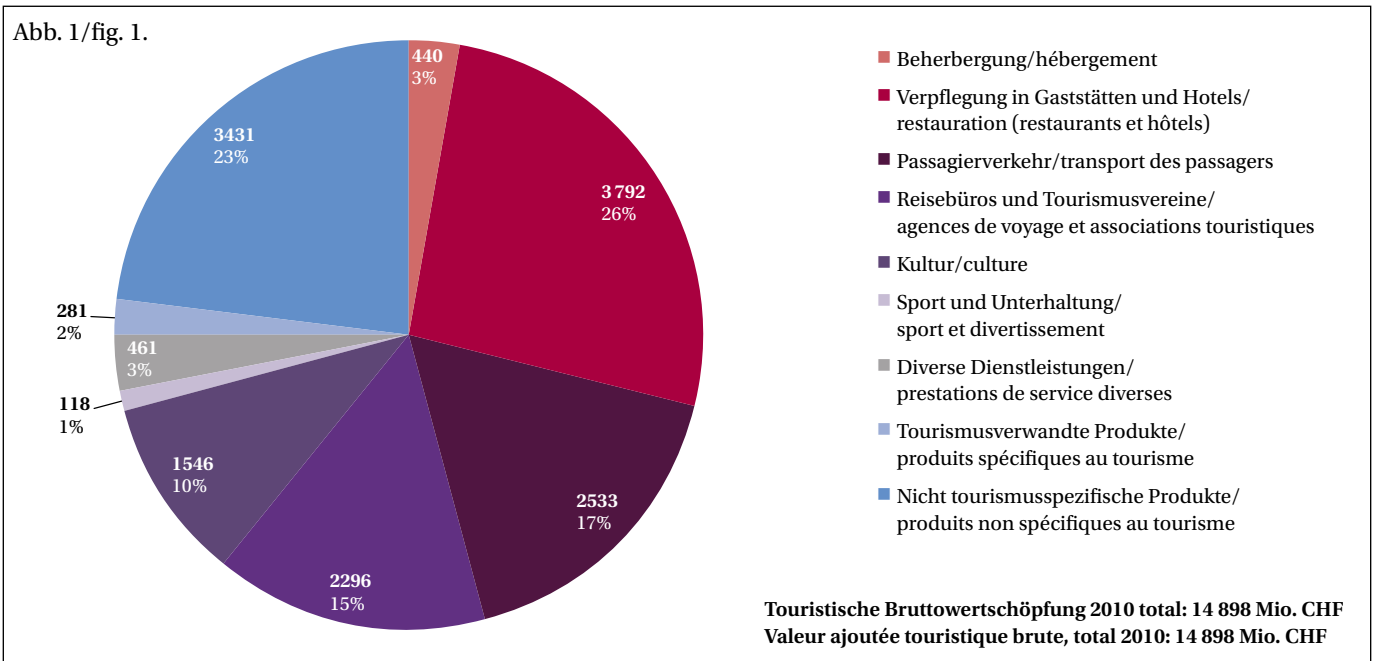
Chantal Beck et Mario Lütolf

Le tourisme joue un rôle important dans l'économie suisse. Sur un total de 35,3 milliards de francs suisses de recette dégagées en 2010, 18 milliards, c'est-à-dire 51% ont été générés par l'hébergement, la restauration ou le transport des touristes. Les emplois dans le tourisme représentent l'équivalent d'environ 144 800 postes à plein temps. A peu près 6% des recettes d'exportation sont dues au tourisme. Après l'industrie chimique, l'industrie métallurgique et l'horlogerie, le tourisme occupe la quatrième place du classement.

Points forts, points faibles et défis essentiels du tourisme en Suisse

La situation du pays au centre de l'Europe, ses infrastructures de transport très développées, son paysage attrayant ainsi que son offre variée sont autant d'avantages pour le tourisme suisse. En revanche, les structures d'exploitation et industrielles fortement segmentées et la faible productivité due à un secteur tertiaire à la main d'œuvre importante constituent ses points faibles. Les défis les plus importants sont repré-

- ▼ Touristische Bruttowertschöpfung der Schweiz für das Jahr 2010
- ▼ Valeur ajoutée brute du tourisme en Suisse pour 2010



gen definieren sich im wettbewerblichen Konkurrenzdruck, Veränderungen im Nachfrageverhalten, den technologischen Entwicklungen, im Klimawandel mit Umweltgefährdungen und im Überwinden struktureller Schwächen.

Der Bund verlangt den geschlossenen Marktauftritt, die innovative Verjüngung des touristischen Angebots und fördert wettbewerbsfähige Strukturen in der Beherbergungswirtschaft. Der eigene Handlungsbedarf, die professionelle Vermarktung und die politischen Rahmenbedingungen definieren den Spielraum der Akteure.

Entscheidend ist das Erlebnis-Setting

Der Erlebniswert eines Produktes, eines Angebotes oder einer Dienstleistung wird immer stärker in den Mittelpunkt gestellt. Nicht Bedürfnisse stillen, sondern Erlebnisse schaffen ist «in», denn der moderne Mensch handelt zunehmend erlebnisorientiert. Im Tourismus stand das Erlebnis als eigentlicher Nutzen schon immer im Zentrum der Gästefrage. Die Bezahlung der Hotelübernachtung, des Essens im Restaurant, usw. bilden eine Art Eintrittspreis für die Teilnahme an diesem spezifischen Schauplatz – auch *Setting* genannt. Was sich allerdings auch im Tourismus verändert hat, ist die spezifische Ausrichtung dieses Settings. Wurde der Tourismus ursprünglich nur schwach inszeniert, wird er in letzter Zeit immer mehr mit Erlebnismöglichkeiten angereichert, ja sogar spezifisch zur Erlebnisvermittlung geplant und gebaut. Erlebnisparks, Erlebnishotels oder Erlebnisgastronomie sind neue Bezeichnungen, die diesen Prozess verdeutlichen (vgl. H. Müller, R. Scheurer: Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt, Bern 2004).

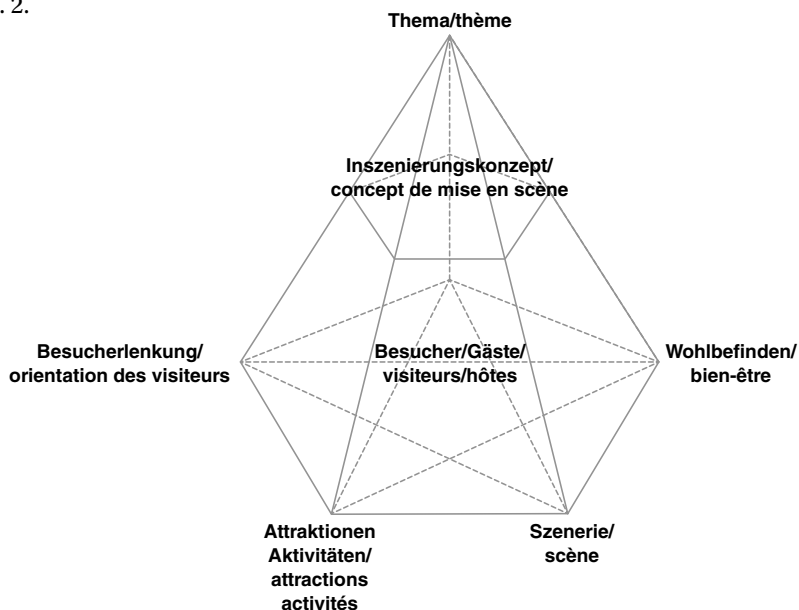
sentés par la pression concurrentielle, par les fluctuations des comportements de la demande, des évolutions technologiques, des changements climatiques impliquant des menaces environnementales et des déficiences structurelles qu'il s'agit de dompter.

La Confédération demande au tourisme de présenter une identité visuelle commune, un renouvellement de l'offre et soutient des structures concurrentielles dans l'économie de l'hébergement. Les besoins individuels d'action, la commercialisation professionnelle et les conditions politiques définissent le champ d'action des professionnels.

La mise en scène de l'expérience vécue est déterminante

L'émotion provoquée par un produit, par une offre ou par un service prend de plus en plus d'importance dans la demande touristique. Plutôt que de répondre à des besoins, il s'agit de mettre en place des événements dans la mesure où l'homme moderne s'oriente de plus en plus selon ses expériences vécues. Dans le tourisme, l'expérience vécue a depuis toujours été considérée positivement dans les demandes formulées par les clients. Le paiement d'une nuitée à l'hôtel, d'un repas au restaurant, etc. équivaut à un billet d'entrée pour vivre un moment dans un cadre particulier, que l'on appelle dans le jargon touristique *setting* (mise en scène). En revanche, ce qui a aussi changé dans le tourisme est l'orientation spécifique de ce *setting*. Tandis que le tourisme était peu mis en scène au départ, il s'est enrichi au cours de ces dernières années d'un nombre croissant de possibilités de découverte active qui se reflète même dans la planification et les constructions.

Abb. 2/fig. 2.



◀ Pyramidenartige Darstellung der Inszenierungsinstrumente für das Erlebnis-Setting. Quelle: H. Müller, R. Scheurer: Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt, Bern 2004

▶ Présentation pyramidale des instruments pour la mise en scène de l'expérience touristique. Source: H. Müller, R. Scheurer: Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt, Berne 2004

Erlebnisse setzen Ereignisse voraus, die aber erst durch Erkenntnisse zur persönlichen Erfahrung werden. Erlebnisse sind selbstbezügliche, subjektive Ereignisse, die bildhaft wahrgenommen werden und vorerst nur subjektiv eine Bedeutung haben. Sie werden eher passiv erduldet als aktiv hergestellt, sind gesteigertes Erleben und heben den Selbstwert. Erfahrung gewinnt man durch wiederholte, reflektierte und damit verarbeitete Erlebnisse.

Die Anbieter haben sich den veränderten Wünschen der Konsumenten angepasst. Sie versuchen, ihre Produkte und Dienstleistungen entsprechend erlebnisreicher anzubieten. Dadurch ist ein eigentlicher Erlebnismarkt entstanden. Auf dem Erlebnismarkt tauschen Kunden Geld oder Aufmerksamkeit gegen Erlebnisangebote. Man spricht von der Erlebnisökonomie: In einem neuen Wirtschaftsprozess werden Erlebniswerte von Angeboten vermittelt. Damit werden Produkte und Dienstleistungen nicht nur stärker differenziert und dem Kundenbedürfnis weiter angepasst – auch der ökonomische Wert wird erhöht.

Von entscheidender Bedeutung sind die Konzepte des Erlebnis-Settings. Dieses geht davon aus, dass Erlebnisse durch Ereignisse ausgelöst oder mindestens begünstigt werden können. In einem bestimmten Raum soll eine Atmosphäre geschaffen werden, die dem Besucher positive Erlebnisse ermöglicht. Für die Erlebnisgestaltung kommt ein Werkzeugkasten mit Inszenierungs-Instrumenten zur Anwendung (vgl. «Leitfaden zur Angebotsinszenierung», Bern 2004, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Universität Bern, für das Projekt «Enjoy Switzerland»). Der Arbeitsprozess wird in der Folge in pragmatische Teilschritte zerlegt. Dabei ist ein zielgruppenorientiertes Erlebnis-Setting als fortlaufender Entwicklungs- und Sicherungsprozess zu verstehen.

Zwölf Schritte hin zu garantierten Erlebniswerten am Beispiel von Augusta Raurica

1. Übersicht gewinnen und den Inszenierungsprozess vorbereiten: Wissensstand gewinnen: Welche Angebote gibt es bereits, welche könnte man noch besser inszenieren? Projektorganisation, Verantwortlichkeiten, Termine.
2. Erlebnis-Virus setzen: «Kick-Off»-Event gestalten, alle Beteiligten (Geldgeber, Gemeinde, Bevölkerung usw.) von der positiven Auswirkung des Projekts überzeugen.
3. Inszenierungsbereiche abgrenzen: Welche Bereiche sind für die Inszenierung relevant? Schauplätze und Aktionsraum begrenzen: Anreise, Monumente, Theater, Museum, Führungen, Verpflegung.

Parcs d'attraction, hôtels à thèmes ou expériences gastronomiques sont des nouveaux termes illustrant ce processus, (cf. H. Müller, R. Scheurer: Tourismus-Destinationen als Erlebniswelt, Bern 2004). Pour générer des expériences vécues, il faut des événements. En revanche, des connaissances sont nécessaires pour les transformer en expériences personnelles. Dans un premier temps, l'expérience vécue est une réponse individuelle, subjective, perçue sous forme d'image liée à un événement. Ces expériences, plus subies passivement que provoquées activement, représentent un vécu émotionnel plus intense et augmentent l'estime de soi. L'expérience se forme par des vécus réitérés, réfléchis et de ce fait assimilés.

Les prestataires se sont adaptés aux nouvelles demandes des consommateurs. Ils essaient d'offrir des produits et services plus attrayants. Ainsi, un marché de l'expérience vécue proprement dit a été créé. Sur ce marché, les clients échangent de l'argent ou de l'attention contre des offres proposant des expériences émotives. On parle d'«économie de l'expérience vécue»: dans ce nouveau processus économique, les valeurs émotives des offres touristiques sont analysées. Ainsi, produits et services ne sont pas seulement plus fortement différenciés et plus adaptés aux demandes formulées par la clientèle – leur valeur économique se trouve également augmentée.

Les concepts de mise en scène de l'expérience vécue revêtent une importance fondamentale. Ils sont basés sur le constat suivant: des expériences sont déclenchées ou du moins favorisées par des événements. Dans un espace donné, on vise à créer une ambiance qui permet au visiteur de vivre des expériences positives. Pour la conception de l'expérience vécue, une boîte à outils contenant des instruments de mise en scène a été développée (cf. «Leitfaden zur Angebotsinszenierung», Bern 2004, Forschungsinstitut für Freizeit und Tourismus (FIF), Université de Berne, développé pour le projet «Enjoy Switzerland»). Le processus est divisé en plusieurs étapes pratiques. La mise en scène des expériences vécues visant des groupes cibles doit être comprise comme un processus continu qui ne cesse de se développer et de se consolider.

Douze étapes pour s'assurer des valeurs d'expérience vécue illustrées par l'exemple d'Augusta Raurica

1. Obtenir une vue d'ensemble et préparer le processus de la mise en scène: asseoir l'état des connaissances: quelles sont les offres existantes, pour quelles offres faut-il améliorer la mise en scène? Définir l'organisation des projets, les responsabilités, les calendriers.

4. Inszenierungs-Analyse durchführen: Welche Gesamtatmosphäre will man erzielen («Geschichte einfach und hautnah erlebbar machen»), wo bestehen Potentiale (Amphitheater ist noch vollständig vorhanden und eindrucklich)
 5. Themen festlegen: Leitthema festlegen, damit die verschiedenen Attraktionen und Inszenierungsinstrumente kohärent eingesetzt werden können. Dem Gast Abwechslung bieten und deshalb Hauptthemen (Ausgrabungen), Subthemen (Amphitheater) und Wechselthemen (Römerfest, Publikumsgrabungen) festlegen.
 6. Attraktionen schaffen und Aktivitäten ermöglichen: Rundgänge, Aufführungen im römischen Theater, Spurensuche für Kinder, spezielle Angebote für Schulreisen usw.
 7. Die Szenerie gestalten: Abwechslung beim Rundgang, Freundlichkeit der Mitarbeitenden, Sauberkeit der Anlagen
 8. Die Besucher lenken: Bessere Orientierung durch Wegweiser, Sehenswürdigkeiten beschriften, Warteschlangen vermeiden.
 9. Das Wohlbefinden steigern: Wartebereiche gestalten, Sicherheit, Verpflegungs- und Ruhemöglichkeiten, Toiletten zur Verfügung stellen.
 10. Die Gäste einbeziehen: Interaktive Angebote wie Spurensuche, Publikumsgrabungen usw.
 11. Mitsprachemöglichkeiten bieten und Öffentlichkeitsarbeit pflegen
 12. Inszenierung umsetzen, institutionalisieren, überprüfen und laufend optimieren: Besucherfeedback auswerten, Zielgruppenorientierung überprüfen, neue Attraktionen schaffen.
2. Implanter le virus de l'expérience vécue: organiser une manifestation coup d'envoi, convaincre tous les participants (investisseurs, commune, population etc.) des effets positifs du projet.
 3. Délimiter des espaces de la mise en scène: quels domaines sont significatifs pour la mise en scène? Délimiter les domaines et l'espace d'action: transport, monuments, théâtre, musée, visites guidées, restauration.
 4. Procéder à une analyse de la mise en scène: Quelle est l'ambiance générale qu'on souhaite créer («Vivre l'histoire de façon simple et directe»), où se situent les potentiels (l'amphithéâtre est conservé au complet et est donc impressionnant)?
 5. Définir des thèmes: choisir un thème principal afin de mettre en place les différentes attractions et instruments de mise en scène de manière cohérente. Offrir une panoplie variée aux visiteurs et définir par conséquent des thématiques principales (fouilles), des thématiques secondaires (amphithéâtre) et des thématiques ponctuelles (fête romaine, participation du public aux fouilles).
 6. Créer des attractions et organiser des activités: parcours, présentation de pièces au théâtre romain, jeux de piste pour enfants, offres spécifiques pour les courses d'école, etc.
 7. Développer la mise en scène: varier le parcours, courtoisie du personnel, propreté des installations.
 8. Guider les visiteurs: meilleure orientation en installant des poteaux indicateurs, prévoir des textes explicatifs pour les monuments, éviter les files d'attente.
 9. Augmenter le bien-être: créer des zones d'attente, assurer la sécurité, les possibilités de restauration et de repos, mettre à disposition des toilettes.
 10. Faire participer les visiteurs: offres interactives comme des jeux de piste, participation du public aux fouilles, etc.
 11. Donner la possibilité au public de donner son avis et développer les relations publiques.
 12. Réaliser la mise en scène, institutionnaliser, vérifier et constamment améliorer: évaluer les commentaires des visiteurs, contrôler l'orientation des groupes cibles, créer de nouvelles attractions.

Archäologische Funde können so zugänglich und erlebbar gemacht und das Wissen um die geschichtlichen Hintergründe, Traditionen usw. einer breiten Bevölkerung vermittelt werden. Dies steigert den Wert und die Bekanntheit der Fundstellen und sichert den Archäologen die verdiente Anerkennung ihrer Arbeit.

UNESCO-Welterbe «Prähistorische Pfahlbauten um die Alpen» – Herausforderungen in der touristischen Kooperation und Angebotsentwicklung

Im Juni 2011 wurden die Prähistorischen Pfahlbauten um die Alpen als serielle Welterbe mit den Ländern Frankreich, Schweiz, Deutschland, Österreich, Slowenien und Italien in die Liste des UNESCO-Welterbe aufgenommen. Die darauf folgenden Resultate in der Medienlandschaft waren beeindruckend; mehr als die halbe Schweiz hat ein neues, gemeinsames Welterbe erhalten und in den grossen

Les découvertes archéologiques peuvent ainsi être rendues accessibles et devenir tangibles. Les connaissances concernant les tenants historiques, les traditions, etc. peuvent être transmises à un public plus large. Cela fait accroître la valeur et la renommée des sites et assure aux archéologues la reconnaissance méritée de leur travail.

und kleinen Regionen sprach man darüber – man ist nun Teil des UNESCO-Welterbe. Nebst dieser prestigeträchtigen Verleihung und der Verpflichtung zum Schutz und Erhalt dieser aussergewöhnlichen und universell bedeutsamen Fundstellen zeigten sich vor allem bei den Tourismusregionen auch Unsicherheiten, wie mit diesem Welterbe umzugehen sei, da es ja mehrheitlich unter Boden oder Wasser liegt, somit unsichtbar ist und deshalb nur schwierig als Ausflugsziel definiert werden kann, abgesehen von bereits bestehenden attraktiven Ausflugszielen wie das Laténium.

UNESCO Destination Schweiz (UDS) als touristische Dachorganisation aller Schweizer UNESCO-Welterbestätten und Biosphärenreservate verbindet diese Stätten wie die dafür engagierten Touristiker, fördert Kooperationen und Bekanntheit und setzt sich ein für einen direkten Austausch zwischen dem Tourismus als Nutzer und der Denkmalpflege als Schützer und Erhalter. Bereits im November 2011 trafen sich die Swiss Coordination Group UNESCO Palafittes (SCG), Kantonsarchäologen, UDS und Tourismusvertreter aus den beteiligten Regionen zu einem ersten Meeting, um sich dem gemeinsamen Thema zu nähern, Köpfe kennen zu lernen und Möglichkeiten einer Zusammenarbeit zu diskutieren – das Welterbe muss auch touristisch erlebbar gemacht und dessen Werte vermittelbar werden.

Der Grundsatzentscheid, dass sich die SCG und die Tourismusregionen in das Tourismusnetzwerk von UDS einbinden wollen, wurde rasch gefällt und im 2012 konkret umgesetzt. Nach einem erneuten Workshop im März 2012 präsentierte Thurgau Tourismus als Resultat daraus ein neues lokales, zweitägiges touristisches Angebot, welches ihre Fundstellen vor Ort mit weiteren Kulturhighlights verband und die Pfahlbauten ihren Gästen somit zugänglich machte.

Zukünftige Herausforderungen liegen nun darin, die Vermittlung der Werte dieses Welterbes und dessen Geschichte und Einzigartigkeit den Besuchern vor Ort zu ermöglichen, das Welterbe selber in attraktive touristische Angebote einzubinden sowie die Kooperation zwischen Tourismus und Archäologie zu stärken – das Welterbe soll erlebbar werden, das Wissen und die Erfahrungen geteilt werden.

Im April 2013 hat eine Feldbegehung stattgefunden, anlässlich der die Unterwasserarchäologie Zürich den Touristikern die Welterbe-Fundstellen in Zürich näher gebracht hat und die SCG eine fachliche Weiterbildung angeboten hat. Parallel dazu wurde die Website www.palafittes.org touristisch erweitert und als gemeinsame Plattform der Archäologie und des Tourismus entwickelt – der Besucher soll hier alle relevanten

Patrimoine mondial de l'UNESCO «Palafittes préhistoriques autour des Alpes» – Défis pour la coopération et le développement de l'offre touristique

En juin 2011, les palafittes préhistoriques autour des Alpes ont été inscrits comme objet sériel sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO regroupant la France, la Suisse, l'Allemagne, l'Autriche, la Slovénie et l'Italie. Les répercussions dans le paysage médiatique ont été impressionnantes; plus de la moitié de la Suisse a été concernée par cette inscription au patrimoine, et elle faisait la «une» dans toutes les régions, grandes ou petites: on fait partie du patrimoine UNESCO. Mais en dehors de cette prestigieuse acceptation internationale, et face à l'obligation de protéger et de conserver ces sites exceptionnels d'une importance universelle, les régions touristiques ont surtout manifesté quelques inquiétudes concernant la gestion touristique de ce patrimoine mondial, dans la mesure où la plupart des sites se trouvent enfouis dans le sol ou sous l'eau. Invisibles, ils ne peuvent, de ce fait, être définis comme destination touristique, hormis certaines destinations attractives déjà existantes comme le Laténium.

UNESCO Destination Suisse (UDS), organisation touristique faîtière regroupant tous les sites UNESCO et les réserves de biosphère ainsi que tous les acteurs touristiques de ces régions, encourage les coopérations et la promotion et s'investit dans un échange direct entre le tourisme en tant qu'exploitant et les services du patrimoine en tant qu'instances protectrices et conservatrices. Dès le mois de novembre 2012, la Swiss Coordination Group UNESCO Palafittes (SCG), les archéologues cantonaux, UDS ainsi que les représentants du tourisme des régions concernées se sont réunis à l'occasion d'une table ronde afin d'aborder le thème ensemble, de faire connaissance et de discuter des possibilités de coopération – il est nécessaire de faire vivre le patrimoine mondial sur le plan touristique et d'en communiquer la valeur.

L'accord de principe stipulant une intégration de la SCG et des régions touristiques dans le réseau touristique d'UDS a été rapidement conclu et concrétisé en 2012. Après un deuxième atelier en mars 2012, Thurgovie Tourisme a présenté comme résultat une offre touristique locale nouvelle reliant les sites sur place avec d'autres attractions culturelles phares afin de rendre les palafittes accessibles aux visiteurs.

Les futurs défis visent à rendre possible la transmission des valeurs de ce patrimoine ainsi que son histoire et son caractère exceptionnel aux visiteurs *in situ*, d'intégrer le patrimoine lui-même dans des offres touristiques attrayantes et de renforcer la coopération entre le tourisme et l'archéologie – le patrimoine mondial doit devenir tangible, et les connaissances et expériences partagées.

Infos für seinen Besuch bei den Pfahlbauten vorfinden. Die Schweiz verfügt über ein eindrückliches archäologisches und kulturelles Erbe. Diesen Fundus womöglich noch besser erlebbar zu machen und «In-Wert zu setzen» ist die Grundlage für eine ebenso intensive wie fruchtbare Zusammenarbeit der Archäologie und des Tourismus.

■ SWISS COORDINATION GROUP

Die SCG koordiniert mit UDS weiterhin Möglichkeiten der Umsetzung und trifft sich 1-2 Mal jährlich, um den Stand der Arbeiten voran zu entwickeln. Der nachhaltige Einbezug der Tourismusregionen in die Erlebbarkeit und Vermittlung des Welterbes bleibt ein Schwerpunkt der gemeinsamen Arbeit und des gemeinsamen Welterbes.

■ UNESCO DESTINATION SCHWEIZ

Die Organisation UNESCO Destination Schweiz repräsentiert die Schweizer UNESCO-Labelträger und setzt sich, in Kooperation mit Schweiz Tourismus sowie der Schweizerischen UNESCO-Kommission, zur Entwicklung und Stärkung nachhaltiger touristischer Angebote sowie zur Steigerung der Bekanntheit ein.

Link: UNESCO Destination Schweiz,
www.unesco-destination-schweiz.ch/

Kontakt: info@unesco-destination-schweiz.ch

En avril 2013 a eu lieu une visite sur le terrain, lors de laquelle l'archéologie subaquatique de Zurich, présente les sites du patrimoine mondial zurichois aux acteurs du tourisme. De plus, la SCG offre une formation continue sur l'importance de l'archéologie. En parallèle, le site internet www.palafittes.org a été élargi sur le plan touristique et sert dès lors de plateforme commune pour l'archéologie et le tourisme – ici, le visiteur peut trouver toutes les informations importantes concernant sa visite des palafittes.

La Suisse dispose d'un patrimoine archéologique et culturel impressionnant. Le fait de rendre cet ensemble plus accessible et de le valoriser doit former la base d'une coopération aussi intense que fructueuse entre l'archéologie et le tourisme.

■ SWISS COORDINATION GROUP

En collaboration avec UDS, la SCG continue à coordonner les possibilités concernant la réalisation de ce projet. Une à deux réunions par an sont prévues, afin de faire progresser l'état des travaux. L'intégration durable des régions touristiques dans la perception et la transmission du patrimoine mondial demeure un aspect majeur du travail et du patrimoine mondial commun.

■ UNESCO DESTINATION SUISSE

L'organisation UNESCO Destination Suisse représente les sites du patrimoine UNESCO en Suisse et œuvre pour une coopération avec Suisse Tourisme ainsi qu'avec la commission suisse UNESCO en vue du développement et de l'encouragement d'offres touristiques durables et de leur promotion croissante.

Lien: UNESCO Destination Suisse,
www.unesco-destination-schweiz.ch/

Contact: info@unesco-destination-schweiz.ch

SWISS TOURISM A GUIDE FOR ARCHAEOLOGISTS

Summary

This paper reveals the importance of tourism, together with all its advantages and disadvantages, to the Swiss economy. Historical events and true narratives are increasingly important to tourism, and this kind of heritage, particularly in terms of archaeology, makes an excellent basis for future cooperation between the two fields.

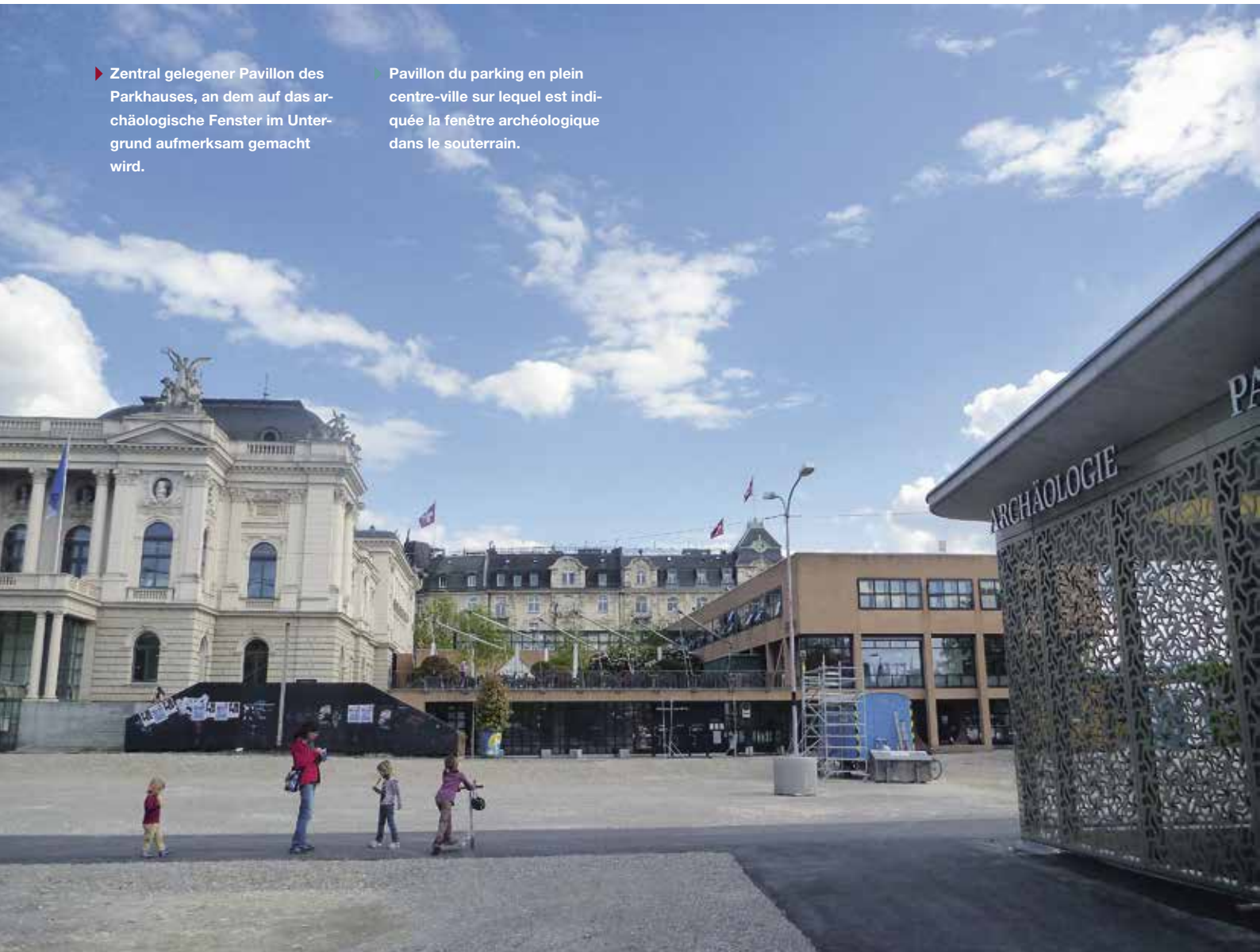
IL TURISMO IN SVIZZERA QUALCHE DIRETTIVA ALL'ATTENZIONE DEGLI ARCHEOLOGI

Riassunto

Questo articolo sottolinea l'importanza del turismo per l'economia svizzera, con le sue forze e le sue debolezze. Le manifestazioni culturali e le storie vissute assumono oggi un posto sempre più importante nell'offerta turistica. Il patrimonio, ed in particolare l'archeologia, offrono in questo quadro delle possibilità inattese e costituiscono la base di una cooperazione che bisognerebbe sviluppare in futuro.

► Zentral gelegener Pavillon des Parkhauses, an dem auf das archäologische Fenster im Untergrund aufmerksam gemacht wird.

► Pavillon du parking en plein centre-ville sur lequel est indiquée la fenêtre archéologique dans le souterrain.



Nutzen und Vorteile

Archäologie und Tourismus

Bénéfices et avantages

Archéologie et tourisme

Andreas Mäder und Dominik Siegrist

Einleitung

Kulturhistorische Werte spielen im Tourismusangebot der Schweiz eine Rolle. Zu letzteren zählen in erster Linie historische Bauten und allenfalls anschauliche römische Ruinenstätten, welche touristisch beworben werden. Die touristische Nutzung der zahlreichen, übrigen archäologischen Fundstätten, welche seit dem 20. Jahrhundert entdeckt, konserviert, rekonstruiert oder einfach nur mit Informationstafeln markiert worden sind, sind bisher im Tourismus jedoch von untergeordneter Bedeutung. Gleichgerichtete und abgestimmte Bemühungen und Strategien aus Tourismus und Archäologie, um das reichhaltige archäologische Kulturerbe auf regionaler oder gar überregionaler Ebene besser vermarkten und einem breiteren Publikum zugänglich machen zu können, fehlen bislang. Im vorliegenden Workshop sollte der gegenseitige potenzielle Nutzen diskutiert und damit ein erster Schritt zu zukünftigen Formen der Zusammenarbeit unternommen werden.

Ziele und Fragen des Workshops

Für diesen Workshop wurden folgende Ziele gesetzt:

- Besseres gegenseitiges Verständnis für die jeweiligen Anliegen von Archäologie und Tourismus schaffen;
- Auslegeordnung über Ideen und Möglichkeiten der künftigen Zusammenarbeit erstellen;
- Synergien zwischen touristischer Inwertsetzung und besserer Sichtbarkeit der Archäologie ermöglichen;
- Empfehlungen für das weitere Vorgehen aufstellen.

Im Teilnehmerfeld des Workshops fanden sich sowohl Vertreter aus touristischen Organisationen als auch aus dem universitären und musealen Umfeld seitens Archäologie. Zu nennen sind UNESCO-Destination Schweiz, Office de Tourisme Venoge-Milieu-du-Monde, Schweizer Tourismus-Verband, Portail-Patrimoine -Fondation Tissières, Université de Genève, Laténium, AnimArc, société d'animation archéologique, *Pro Vistiliaco* und *Augusta Raurica*. Damit liessen sich nach einem Input-Referat - in Form des Fallbeispiels zum archäologischen Fenster Parkhaus Opéra - folgende Fragen in einem qualifizierten Teilnehmerfeld diskutieren:

1. Was braucht es, damit die Zusammenarbeit zwischen Archäologie und Tourismus künftig besser zum Tragen kommt?
2. Auf welche Art und Weise können Archäologie und Tourismus zusammenarbeiten, was können sie voneinander lernen?

Andreas Mäder und Dominik Siegrist

Introduction

Les valeurs culturelles et historiques jouent un rôle important pour le tourisme en Suisse. Ce sont pourtant essentiellement les bâtiments historiques et éventuellement quelques ruines romaines visibles qui font partie d'une promotion touristique. En revanche, l'exploitation des nombreux autres sites archéologiques découverts au cours du 20ème siècle, conservés puis reconstruits ou simplement dotés de panneaux d'information, ne jouent qu'un rôle mineur pour le tourisme.

Jusqu'à présent, des efforts et stratégies parallèles et concertés mis en œuvre par les acteurs du tourisme et ceux de l'archéologie visant à mieux commercialiser et à ouvrir à un public plus large le riche patrimoine archéologique sur le plan régional voire extrarégional font défaut. Dans cet atelier, les possibilités d'une exploitation commune par les deux acteurs seront discutées, permettant ainsi de faire le premier pas vers une collaboration future.

Objectifs et problématique de l'atelier

Dans le cadre de ce premier atelier, les objectifs suivants ont été fixés:

- créer une meilleure compréhension en ce qui concerne les préoccupations respectives de l'archéologie et du tourisme;
- faire un état de la situation par rapport aux concepts et possibilités d'une collaboration future;
- permettre des synergies entre la valorisation touristique et une meilleure visibilité de l'archéologie;
- établir une liste des recommandations pour les actions à mener.

Parmi les participants à cet atelier se trouvaient aussi bien des représentants des organisations touristiques que des représentants des universités et des musées archéologiques. On mentionnera entre autres UNESCO-Destination Suisse, Office de Tourisme Venoge-Milieu-du-Monde, Fédération Suisse du tourisme, Portail-Patrimoine, Fondation Tissières, Université de Genève, Laténium, AnimArc - société d'animation archéologique, *Pro Vistiliaco* et *Augusta Raurica*. Ainsi, il a été possible, suite à l'exposé d'introduction - sous forme d'une étude de cas concernant la fenêtre archéologique «Parkhaus Opéra» -, de discuter des questions suivantes au sein d'un groupe de participants qualifiés:

1. Que faut-il pour que la collaboration entre archéologie et tourisme soit plus fructueuse à l'avenir?
2. De quelle manière archéologie et tourisme peuvent-ils collaborer, que peuvent-ils apprendre l'un de l'autre?

3. Welche Akteure und Gefässe in Archäologie bzw. Tourismus sind anzusprechen?
4. Welche zusätzlichen Ressourcen werden benötigt und wer stellt diese zur Verfügung?
5. Und zusammenfassend: Welches sind die Erfolgsfaktoren für die zukünftige erfolgreiche Kooperation?

Es versteht sich von selbst, dass in den zur Verfügung stehenden 90 Minuten weder eine abschliessende Diskussion stattfinden noch eine zukünftige Strategie entwickelt werden konnte, zumal ein wichtiges Segment in der Schweizer Archäologie – nämlich die kantonalen archäologischen Dienste – kaum im Teilnehmerfeld vertreten war.

Fallbeispiel: Das Konzept der archäologischen Fenster der Stadt Zürich

Einleitung

Seit den 40er-Jahren des 20. Jahrhunderts begann man in Zürich, einzelne archäologische Relikte in Form von «archäologischen Fenstern» zu konservieren und der Öffentlichkeit zu präsentieren – dabei handelte es sich fast durchwegs um Zeugen des römischen, mittelalterlichen und neuzeitlichen Zürich, welche meist als Denkmäler in Form von historischer Bausubstanz erhalten bleiben konnten. Damit nahm eine identitätsstiftende Tradition ihren Ausgang, die bis heute elf archäologische Fenster in der Altstadt von Zürich hervorgebracht hat.

Dabei zeigen sich aber auch die Schwächen dieses Konzepts, welches über Jahrzehnte gewachsen ist, und die für eine effektive touristische Vermarktung bislang eher hinderlich waren: zum einen ist ein einheitlicher Auftritt (*corporate design*) nicht gegeben, zum anderen sind einzelne Lokalitäten nur erschwert zugänglich.

Die fortlaufende Entstehung von archäologischen Fenstern muss vor dem Hintergrund der Gelegenheiten verstanden werden, welche sich im Zuge der operativen Tätigkeiten der Fachstellen und je nach Qualität der zutage tretenden archäologischen Befunde bieten. Nur in Ausnahmefällen lässt sich eine Potenzialabschätzung vornehmen, so dass bereits vor der eigentlichen Rettungsgrabung ein archäologisches Fenster eingeplant werden kann. Dies konnte jüngst bei der archäologischen Pfahlbau-Fundstelle Zürich Parkhaus Opéra durchgeführt werden, so dass ein archäologisches Fenster bereits im Gestaltungsplan für das geplante Parkhaus verankert werden konnte.

Dennoch ist kaum je absehbar, wie gross im Einzelfall das Potenzial für eine Vermarktung einer Rettungsgrabung sein wird. Von diesem Potenzial

3. Quels acteurs et réseaux en archéologie voire dans le tourisme faut-il contacter?
4. Quelles sont les ressources supplémentaires qu'il faut mobiliser, et qui peut les fournir?
5. Et en résumé: Quels sont les facteurs garantissant le succès d'une coopération future?

Bien entendu, le temps imparti de 90 minutes n'a pas permis d'aboutir à une conclusion, ni de développer une stratégie future, d'autant plus qu'une partie importante des acteurs de l'archéologie suisse – notamment des services archéologiques cantonaux – n'était représentée que par un nombre limité de participants.

Etude de cas: le concept des fenêtres archéologiques de la ville de Zurich

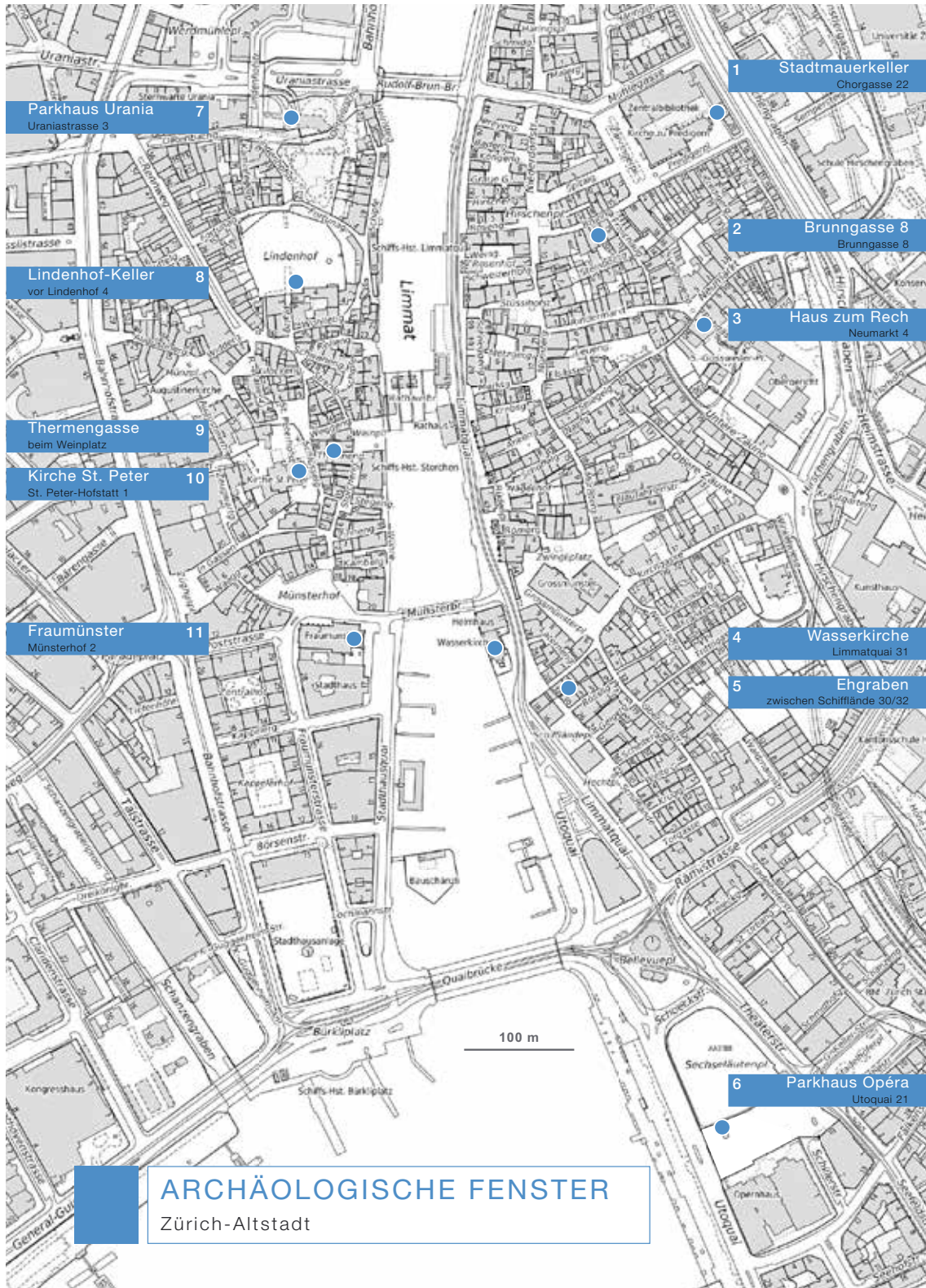
Introduction

C'est à partir des années 1940 qu'on a commencé à conserver dans la ville de Zurich des vestiges archéologiques isolés sous forme de «fenêtres archéologiques» afin de les présenter au public – il s'agissait presque exclusivement de témoins de la ville romaine, médiévale et moderne préservés au sein de monuments historiques. Ainsi, une tradition à valeur identitaire fut initiée. Actuellement, onze fenêtres archéologiques ont été créées dans la vieille ville de Zurich.

Ceci a également permis de mettre en évidence les points faibles de ce concept, ayant évolué au cours des décennies, et qui ont jusqu'à présent plutôt empêché une commercialisation touristique efficace: d'une part, une présentation homogène (*corporate design*) fait défaut, et de l'autre, certains endroits sont difficilement accessibles.

La conception de ces fenêtres archéologiques réalisées au gré des découvertes faites à l'occasion d'interventions de sauvetage par les services archéologiques doit être analysée dans ce contexte. Elle dépend notamment de la qualité des vestiges archéologiques mis au jour. Les situations dans lesquelles le potentiel d'un site peut être estimé au préalable, permettant ainsi la planification d'une fenêtre archéologique précédant la fouille de sauvetage proprement dite, sont exceptionnelles. Ceci était pourtant le cas récemment, pour le site archéologique lacustre *Zürich-Parkhaus Opéra*. En effet, il a été possible de concevoir la fenêtre archéologique dès l'élaboration du projet architectural du parking.

Cependant, dans la plupart des cas, le potentiel de commercialisation d'une fouille de sauvetage ne peut pas être quantifié à l'avance. Or, ce potentiel détermine l'intensité de la campagne de sensibilisation; et les moyens financiers ainsi générés y sont directement liés.



© Stadt Zürich, Amt für Städtebau

▲ Lage der archäologischen Fenster in der Altstadt von Zürich. Das Spektrum reicht von Pfahlbaufunden, den Ruinen des Römerkastells über einen Blick in ein mittelalterliches jüdisches Wohnhaus bis zum Ehgraben, der die Abfall- und Abwasserproblematik einer mittelalterlichen Stadt begreifbar macht.

▲ Situation des fenêtres archéologiques dans la vieille ville de Zurich. La panoplie s'étend des sites lacustres, des ruines du camp romain, de la vue dans une maison d'habitation du quartier juif du Moyen Âge jusqu'au fossé Ehgraben qui permet de comprendre la problématique des déchets et des eaux usées d'une ville médiévale.

► Auf einer 5 m hohen Medienwand, bestehend aus sieben Bildschirmen, werden Video-Clips zur Pfahlbauarchäologie und Zürichs Stadtgeschichte gezeigt.

► Le mur médiatique de 5 m de hauteur, montre des clips vidéo sur sept écrans illustrant l'archéologie lacustre et l'histoire de la ville de Zurich.



hängt es ab, wie offensiv Öffentlichkeitsarbeit betrieben werden kann: Unmittelbar daran gekoppelt sind die Mittel, welche damit generiert werden können.

Während der Ausgrabung beim Zürcher Opernhaus im Jahr 2010 führte eine breit angelegte Kommunikationsstrategie zum gewünschten Erfolg – während der 9-monatigen archäologischen Rettungsgrabung in zentraler Lage in Zürich konnte viel Goodwill in Öffentlichkeit und Politik generiert werden: Rund 14 000 BesucherInnen besuchten die Fundstätte und die zahlreichen Führungen, Vorträge, Ausstellungen und Workshops.

So konnten gleichzeitig mit den fortschreitenden Grabungsarbeiten die benötigten Mittel beschaffen werden, von denen 90% von der öffentlichen Hand und 10% von privaten Sponsoren stammen.

Konzept

Mit einem Gesamtbudget von Fr. 880 000.– konnte so eine zweistöckige Ausstellung im seeseitigen Ausgangsbereich des Parkhauses realisiert werden. Das räumliche Gestaltungskonzept des archäologischen Fensters, das sich elegant in die Parkhausgestaltung einfügt, stammt aus der Feder der Architekten Zach&Zünd, Zürich. Das gestalterisch-inhaltliche Konzept konnte von der MAD Messebau und Architektur-Design GmbH, Aathal-Seegräben, in Zusammenarbeit mit der Abteilung Unterwasserarchäologie der Stadt Zürich erarbeitet werden.

Auf der oberen Etage befinden sich sechs Vitrinen zu den Themen «Jagen, Fischen, Bauen, Mobilität, Wegwerfen und Kochen», in denen sowohl originale Fundstücke als auch Repliken der Fundstelle Zürich Parkhaus Opéra gezeigt werden. Eine Glasbrüstung grenzt den Ausstellungsbereich ab und dient als Geländer, da von hier aus auch die untere Etage einsehbar ist. Um die vertikale, durchgehende Verbindung vom oberen Bereich der Ausstellung zum unteren Bereich zu akzentuieren, wurden zwei grosse, vertikale Elemente eingeführt: Einerseits eine aus sieben Bildschirmen bestehende, über 5 m hohe Medienwand, die rechtwinklig zur vertikalen Präsentationsfläche mit insgesamt zehn Wandvitrinen angebracht ist. Andererseits setzt eine gleich grosse, vertikale Zeitleiste die chronologische Einordnung der Horgener Pfahlbaukultur und der Fundstelle Parkhaus Opéra in Bezug zu ausgewählten, lokalen historischen und prähistorischen Funden und Ereignissen sowie zu einigen bekannten weltgeschichtlichen Fakten, wie beispielsweise der Gletschermumie «Ötzi» oder dem Colosseum von Rom.

Im Zentrum der Präsentation steht in der unteren Etage der Lackabzug eines originalen Schichtprofils, der vier in Seekreide eingebettete Kulturschich-

La stratégie de communication développée à large échelle lors de la fouille de l'Opéra de Zurich en 2010 avait eu le succès souhaité – durant les neuf mois de l'opération de sauvetage en plein centre-ville de Zurich, il a été possible de générer un intérêt croissant auprès du public et des politiques: environ 14 000 personnes ont visité le site et ont participé aux nombreuses visites guidées, conférences, expositions et ateliers pédagogiques proposés.

Ainsi, il a été possible de réunir, parallèlement aux travaux de fouilles, les moyens financiers nécessaires, dont 90% proviennent du secteur public et 10% de sponsors privés.

Le concept

Avec un budget global de 880 000.– CHF, il a été possible de réaliser une exposition sur deux niveaux dans la zone de sortie du parking côté lac.

Le concept architectural de la fenêtre archéologique qui s'insère harmonieusement dans la conception du parking a été réalisé par les architectes Zach&Zünd, Zurich. La mise en place du contenu a été élaborée par MAD (Messebau und Architektur-Design GmbH), Aathal-Seegräben, en collaboration avec la section d'archéologie subaquatique de la ville de Zurich.

A l'étage supérieur se trouvent six vitrines consacrées aux thèmes «chasser, pêcher, construire, se déplacer, rejeter et cuisiner» dans lesquelles sont exposées aussi bien des pièces originales que des répliques d'objets trouvés dans le site *Zürich-Parkhaus Opéra*. Une balustrade en verre délimite l'espace d'exposition et sert de rambarde vers l'étage inférieur qui est visible depuis l'exposition. Afin d'accentuer la continuité du lien vertical entre l'espace supérieur de l'exposition et l'espace inférieur, deux grands éléments verticaux ont été introduits: d'une part un mur médiatique composé de sept écrans sur une hauteur de 5 m et placé dans un angle de 90° par rapport à la surface de présentation verticale qui, elle, comprend dix vitrines, et d'autre part, une échelle chronologique verticale de la même taille mettant en relation la datation de la culture de Horgen et du site lacustre de *Parkhaus Opéra* avec des trouvailles et événements locaux historiques et préhistoriques choisis, ainsi qu'avec quelques découvertes et monuments archéologiques de renommée internationale, comme par exemple la momie du glacier «Ötzi» ou le Colisée de Rome.

A l'étage inférieur, un moulage vertical du profil stratigraphique originale est placé au centre de la présentation. Il documente les quatre couches archéologiques conservées dans la craie lacustre qui datent de la fin du 4^e au début du 3^e millénaire av. J.-C. Cet-

ten aus der Zeit vom späten 4. Jahrtausend bis zum frühen 3. Jahrtausend v.Chr. dokumentiert. Dieses Exponat – der letzte originale Zeuge der insgesamt 1,9 km dokumentierter Profile – ist in die photographische Reproduktion eines mehrere Meter langen Profilausschnitts im Massstab 1:1 eingebettet, so dass die Prägnanz der ursprünglich an diesem Ort vorhanden gewesenen archäologischen Substanz eindrücklich erfahren werden kann. Hinzu kommen in die Profilwand eingelassene Vitrinen zu den Themen «Stein und Feuer», «Knochen und Geweih» und «Essen und Trinken» sowie sechs frei zugängliche Stelen-Vitrinen, in denen Einzelobjekte zu den Themen «Leben und sterben lassen», «Jagdtrophäen, Schmuck und Amulette», «Die spinnen, die Pfahlbauer», «Verzieren und brennen», «Prestigeobjekt oder Ritualgegenstand?» und «Schweizer Taschenmesser haben Tradition» präsentiert werden.

Bewusst wurden die Begleittexte stark reduziert und die Objekte in den Vordergrund gestellt; mit einer sorgfältigen Lichtgestaltung (sent-o GmbH Zürich) werden ausgewählte Originalfunde sowie Replikat und Kopien der Fundstelle Opéra inszeniert.

Einbettung

Anfänglich als eher bescheidene Eckvitrine gedacht, konnte dank des Engagements von Architekten, Bauherren und städtischen Behörden letztlich eine beeindruckende Ausstellung auf zwei Etagen realisiert werden. Das moderne Gestaltungskonzept des archäologischen Fensters entspricht dem ästhetischen Anspruch der Gesamtanlage – bestehend aus der offenen Gestaltung des unterirdischen Parkhauses mit Videoprojektionen zu aktuellen Produktionen des Opernhauses Zürich, zwei edlen Ausgangspavillons, dem Sechseläutenplatz sowie einer Plastik von Gottfried Honegger – und vermittelt den Besuchern das Gefühl, sich im erweiterten Foyer des Opernhauses zu bewegen. Die beiden Ausgangspavillons dominieren in dezenter Weise den grössten innerstädtischen Platz der Schweiz vor der Kulisse der beiden historischen Bauten von Opernhaus und NZZ. An einem von ihnen – dem seeseitigen Pavillon – weist die weitherum sichtbare Beschriftung «Archäologie» auf das archäologische Fenster im Untergrund hin, im anderen ist ein Gastronomiebetrieb untergebracht.

In diesem Kontext wird Archäologie nicht als blosses Nischenprodukt wahrgenommen, sondern als integraler Bestandteil der Gesamtanlage, der einen deutlich sichtbaren und gut positionierten Akzent an einem zentralen und stark frequentierten Ort in Zürich setzt.

te pièce – le dernier témoin de 1,9 km de profils stratigraphiques documentés – est insérée dans la reproduction photographique à l'échelle 1:1 d'un profil stratigraphique de plusieurs mètres de long, reflétant ainsi l'impressionnante substance archéologique initialement présente à cet endroit. Les vitrines insérées dans le mur stratigraphique sont consacrées aux thèmes «pierre et feu», «os et bois de cerf» ainsi que «manger et boire». Dans les six vitrines supplémentaires accessibles sont présentés des objets isolés en relation avec les thèmes «laisser vivre et mourir», «trophées de chasse, parure et amulettes», «ils sont fous/ils filent, les lacustres», «décorer et cuire l'argile», «objet de prestige ou de rituel?» et «les couteaux suisses ont une tradition».

Les textes explicatifs sont volontairement très succincts pour placer les objets au premier plan. Un concept d'éclairage étudié (sent-o GmbH Zürich) a permis de mettre en scène avec finesse les trouvailles originales ainsi que des répliques et copies du site *Parkhaus-Opéra*.

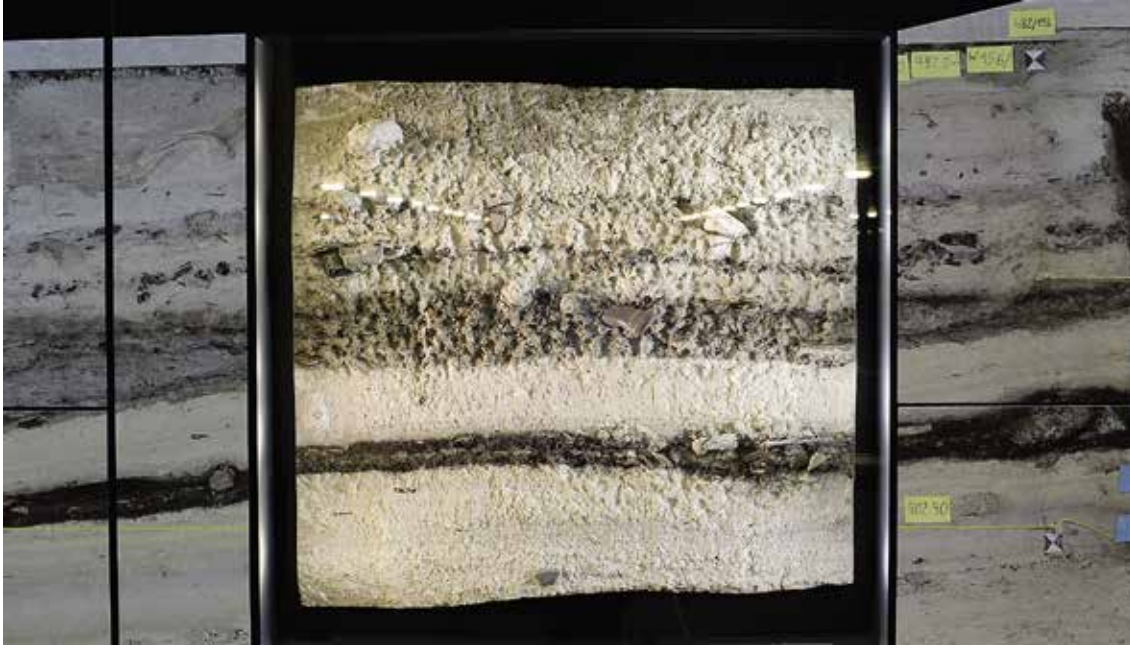
L'intégration dans l'espace architectural

Conçue au départ pour occuper une modeste vitrine d'angle, l'impressionnante exposition a pu, grâce à l'engagement des architectes, des constructeurs et des services municipaux, s'étendre finalement sur deux étages. Le concept moderne de la fenêtre archéologique répond à l'exigence esthétique de l'ensemble – qui se compose d'une réalisation ouverte d'un parking souterrain avec des projections vidéo concernant les productions actuelles de l'Opéra de Zurich, et de deux pavillons de sortie élégants sur la place de «Sechseläuten» ainsi que d'une sculpture de Gottfried Honegger – et donne aux visiteurs l'impression de se trouver dans le prolongement du foyer de l'Opéra. Les deux pavillons de sortie dominant discrètement la plus grande place de centre-ville en Suisse devant les coulisses des deux bâtiments historiques de l'Opéra et de la NZZ. Sur l'un des deux pavillons, l'inscription visible au loin «Archäologie» indique la fenêtre archéologique dans le souterrain, l'autre abrite un restaurant.

Dans ce contexte, l'archéologie n'est pas considérée comme étant un simple produit de niche, mais comme faisant partie intégrante de l'ensemble qui se distingue de par sa visibilité et son positionnement dans une zone très fréquentée du centre de la ville de Zurich.

Le concept d'exploitation

L'élaboration de la fouille du site de *Zürich-Parkhaus Opéra* apportera sans doute de nouvelles connaissances relatives aux villages lacustres préhistoriques; en tenant compte de cela et afin de pouvoir



◀ Exponat eines originalen Schichtprofils in Form eines Lackabzugs (Urs&Sonja Oberli, St. Gallen), welches in eine rund 9 m lange Foto-rekonstruktion im Massstab 1:1 integriert ist.

◀ Exposition d'une stratigraphie originale sous forme de «laque-film» (Urs & Sonja Oberli, St. Gall) intégrée dans une reconstruction photographique de 9 m de long à l'échelle 1:1

Betriebskonzept

Zweifellos werden in den kommenden Jahren mit der Auswertung der Grabung Zürich Opéra neue Erkenntnisse zu den ehemaligen Pfahlbausiedlungen gewonnen: Um dem Rechnung zu tragen und um das archäologische Fenster aktualisieren zu können, soll die Medienwand jährlich mit neuen Beiträgen ergänzt werden. Dabei wird von der üblichen dokumentarischen Vermittlung archäologischer Themen abgesehen und versucht, die BesucherInnen verstärkt über eine prägnante Bildsprache in 2-3 Minuten dauernden Video-Clips zu erreichen.

Zur Eröffnung im Mai 2012 konnten von framepool GmbH creative media services, Zürich vier Filme unter den Titeln «Auf Spurensuche bei Zürichs Pfahlbauern», «Das Grabungs-Team vom Parkhaus Opéra», «Feuer und Flamme für die Steinzeit» und «Zürichs Sechsläutenplatz – von der Jungsteinzeit bis heute» realisiert werden. Anfangs 2013 wurden weitere Beiträge zur nahe gelegenen UNESCO-Welterbe-Fundstelle Zürich «Kleiner Hafner» sowie zur Dendrochronologie aufgeschaltet. Die Medienwand ist täglich von sechs Uhr morgens bis um Mitternacht in Betrieb.

Die standortgerechte Präsentation der Pfahlbauer vom Opéra ist öffentlich und uneingeschränkt zugänglich und täglich 24 Stunden geöffnet (<http://www.stadt-zuerich.ch/archaeologie-opera>). Um Vandalenakten vorzubeugen, wird durch den Parkhausbetreiber eine permanente Kameraüberwachung gewährleistet: Die vertragliche Regelung umfasst ebenfalls die Hauswartung und den Unterhalt der Umgebung.

réactualiser la fenêtre archéologique, il est prévu de compléter le mur médiatique chaque année par des nouvelles contributions. Dans ce cas, on s'éloigne de la médiation documentaire traditionnelle de thèmes archéologiques en essayant d'atteindre les visiteurs par l'intermédiaire d'un langage visuel concis dans des clips vidéo d'une durée de 2 à 3 minutes.

Pour le vernissage en mai 2012, framepool GmbH creative media services, Zurich, a réalisé quatre films avec les titres suivants «*Auf Spurensuche bei Zürichs Pfahlbauern*» (À la recherche de traces chez les lacustres zurichois), «*Das Grabungs-Team vom Parkhaus Opéra*» (L'équipe de fouille de Parkhaus-Opéra), «*Feuer und Flamme für die Steinzeit*» (Feu et flamme pour l'âge de la pierre) et «*Zürichs Sechsläutenplatz – von der Jungsteinzeit bis heute*» (La place de Sechsläuten à Zurich, du Néolithique jusqu'à nos jours). Début 2013, des contributions supplémentaires consacrées au site archéologique de Zurich «Kleiner Hafner» inscrit au patrimoine mondial de l'UNESCO et se trouvant à proximité, ainsi qu'à la dendrochronologie ont été mises en ligne. Le mur médiatique est allumé tous les jours entre six heures du matin et minuit.

La présentation des lacustres de l'Opéra à l'endroit même de l'ancien village préhistorique est publique et accessible à tout un chacun sans restriction, tous les jours sans interruption (<http://www.stadt-zuerich.ch/archaeologie-opera>). Afin de prévenir des actes de vandalisme, une surveillance vidéo est assurée par les exploitants du parking; le règlement

Die jährlichen Betriebskosten, welche sich aus Mietzins, Nebenkosten, Vitrinenwartung und Filmproduktionen zusammensetzen, betragen rund Fr. 64 000.- und werden zu einem Drittel über Sponsoringbeiträge und zu zwei Dritteln von der Stadt Zürich getragen.

Stärken und Schwächen

Für die Sichtbarmachung von Archäologie im städtischen Bild sind archäologische Fenster bestens geeignet, sofern sie öffentlich zugänglich gemacht werden können. Die einmalige Lage des archäologischen Fensters Parkhaus Opéra in einem viel genutzten, öffentlichen Raum, dessen Einbettung in ein attraktives Umfeld sowie die standortgerechte Präsentation innerhalb der ehemaligen Fundstelle sind zweifellos einige der zentralen Stärken. Gerade Letzteres ist entscheidend, da so der emotionale Bezug des Besuchers zur Vergangenheit eines Ortes vertieft werden kann. Bei den archäologischen Fenstern, welche noch Originalsubstanz in situ zeigen, ist dies umso wichtiger. Als Punkte der (prä-)historischen Reflektion gehören sie ebenso ins Stadtbild wie historische Bauten.

Das Konzept der archäologischen Fenster in Zürich führt zu einer dezentralen Präsentation unserer Vergangenheit, so dass der Stadtraum selbst sozusagen zum Museum wird. Im Gegensatz dazu stehen die traditionellen Museen, die eine zentral angelegte und meist thematisch orientierte Zusammenschau verschiedener Fundstellen präsentieren.

Während mit dem traditionellen Museum lediglich derjenige Teil der Öffentlichkeit erreicht wird, der bereits kulturell geprägt ist, wirken dezentral und sichtbar angeordnete Fenster im öffentlichen Raum nachhaltig auf die ganze Öffentlichkeit ein; damit wird insgesamt die Präsenz erhöht und das Verständnis für die (Ur-)Geschichte und die städtische Entwicklung auch ausserhalb der bereits kulturhistorisch interessierten Klientel gefördert. Es liegt auf der Hand, dass archäologische Fenster dabei nicht als Ersatz für Museen dienen können, sondern diese ergänzen, denn die meist beschränkten Platzverhältnisse, die finanziellen Rahmenbedingungen sowie die öffentliche und unbeaufsichtigte Exposition schränken die Präsentationsmöglichkeiten stark ein. Da hier zu grossen Teilen die Aufmerksamkeit einer Laufkundschaft mit sehr heterogener Vorbildung gewonnen werden soll, muss mit der Präsentation weder die Tiefe noch die Informationsdichte eines guten Museums erreicht werden; vielmehr sollte die Archäologie modern aufgemacht und werbewirksam «verkauft» werden. Insofern ergänzen sich zentrale Museen und archäologische Fenster als Punkte der Erinnerung in idealer Weise.

contractuel comprend également le nettoyage du bâtiment et l'entretien des environs.

Les frais d'exploitation annuels, qui se composent des taux d'intérêts des loyers, des charges, de l'entretien des vitrines et des productions de films s'élèvent à environ 64 000.-CHF. Ils sont couverts pour un tiers par des contributions de sponsoring et pour deux tiers par la ville de Zurich.

Atouts et faiblesses

Les fenêtres archéologiques se prêtent parfaitement à rendre visible l'archéologie au sein du contexte urbain, à condition qu'elles puissent être accessibles au public. La situation de la fenêtre du parking de l'Opéra est singulière, car elle se trouve dans un espace public très fréquenté dont l'intégration dans un environnement attractif ainsi que la présentation à l'emplacement même du site sont sans doute des atouts. C'est notamment ce dernier aspect qui est primordial, puisqu'il permet d'approfondir la relation émotionnelle du visiteur avec le passé de l'endroit. Ceci est d'autant plus important pour les fenêtres archéologiques qui montrent des vestiges originaux encore in situ. En tant qu'aspects de la réflexion (pré-)historique, ils font partie du décor urbain au même titre que les bâtiments historiques. Le concept des fenêtres archéologiques à Zurich implique une présentation décentralisée de notre passé, de sorte que l'espace urbain se transforme en musée. Les musées traditionnels sont en opposition avec ce concept. Ils présentent une synopsis de différents sites archéologiques selon un concept principal et le plus souvent dans une perspective thématique.

Tandis que le musée traditionnel s'adresse de préférence à un public cultivé, les fenêtres décentralisées et visibles dans l'espace public atteignent durablement l'ensemble du public. Ainsi, la fréquentation est élevée et l'intérêt pour la (pré-)histoire et le développement urbanistique est suscité également auprès d'un public non averti. Bien évidemment, les fenêtres archéologiques ne peuvent pas remplacer les musées, mais elles les complètent dans la mesure où l'espace souvent limité, les conditions financières ainsi que l'exposition publique et non surveillée sont un frein aux possibilités de présentation. Comme il faut en grande partie attirer l'attention d'un public de passage avec un niveau d'études très hétérogène, la présentation ne doit pas prétendre à atteindre ni la qualité ni la quantité des informations d'un bon musée; l'archéologie doit plutôt être «vendue» grâce à une infographie moderne et attrayante. De ce point de vue, les musées centraux et les fenêtres archéologiques se complètent d'une manière idéale en tant qu'aspects d'une

Letztere können aber gegenüber ersteren entscheidende Vorteile haben: Sie tun niemandem weh, d.h. sie sind finanziell tragbar, lösen kaum politische Diskussionen aus und sind deshalb relativ unkompliziert und schnell realisierbar.

Als weitere Stärke kann die qualitativ hochwertige Präsentation genannt werden, welche mit den umliegenden Angeboten korrespondiert.

Schliesslich sind die Schwächen, allen voran die relativ hohen Investitionskosten, zu nennen. Hinzu kommen die jährlichen Betriebskosten; werden diese Aufwände nicht finanziert, so wäre eine jährliche Aktualisierung nicht möglich, was die Gefahr mit sich bringt, dass die Ausstellung nach wenigen Jahren veraltet ist und entsprechend wahr genommen würde.

Erkenntnisse aus dem Workshop

Was braucht es für die Zusammenarbeit zwischen Archäologie und Tourismus und wie kann diese Zusammenarbeit erfolgen?

Diese allgemeine Frage betrifft zwei unterschiedliche Branchen, welche ihrerseits vielfältige Segmente mit unterschiedlichsten Tätigkeitsfeldern, Institutionen, Organisationen und Interessen umfassen. Wenn auch eine abschliessende Diskussion im kurzen Zeitrahmen des Workshops nicht möglich war, so lassen sich doch konsensuale Ansatzpunkte und Ideen für zukünftige Formen und Bedingungen der Zusammenarbeit formulieren.

Bei der Auswertung der Teilnehmersvoten haben sich fünf Schwerpunkte herauskristallisiert, welche sich mit den Themenkreisen «Grundsätzliche Überlegungen», «Kommunikation», «Ausbildung», «Koordination» und «Massnahmen» beschreiben lassen.

Grundsätzliche Überlegungen: Zunächst ist festzuhalten, dass die Sparte Archäologie an der Gesamtwertschöpfung der Tourismusbranche nur einen verschwindend kleinen Anteil hat. Seitens touristischer Organisationen besteht also kaum die dringende Notwendigkeit, die Archäologie aktiv zu bewerben und in touristische Strategien und Programme zu integrieren. Damit liegt der Ball zunächst bei der Archäologie: Es gilt, dem Tourismus das Potenzial von kulturhistorischen, archäologischen Werten aufzuzeigen und so das Interesse zu fördern. Dass dazu seitens archäologischer Institutionen - im Wesentlichen der kantonalen archäologischen Dienste - oft die Motivation fehlt, hat viele Gründe. Diese reichen von mangelndem Bewusstsein (und Möglichkeiten) für die Schaffung touristischer Produkte bis hin zu den knappen Ressourcen. Dazu kommt eine andere Prioritätensetzung, bei der die (boden)denkmalpflegerischen Anliegen im Vordergrund stehen.

commémoration. Par rapport aux musées, les fenêtres archéologiques ont des avantages certains: elles coûtent moins cher, ne déclenchent pas de discussions sur le plan de la politique municipale et sont de ce fait facilement et rapidement réalisables. Comme autre point fort, on peut mentionner la présentation d'une qualité supérieure qui fait écho aux offres environnantes.

Finalement, il faut aussi mentionner les faiblesses, premièrement les coûts d'investissement assez élevés. A ceux-ci s'ajoutent chaque année les frais de fonctionnement; si ces frais ne sont pas financés, la réactualisation annuelle n'est pas assurée, ce qui comporte le risque que l'exposition devienne obsolète après quelques années entraînant alors une baisse de sa fréquentation.

Les résultats issus de l'atelier

Que faut-il pour une coopération entre archéologie et tourisme et comment, cette coopération peut-elle être réalisée?

Cette question générale concerne deux domaines différents, qui à leur tour comprennent des aspects multiples, avec des domaines d'activités, des institutions, des organisations et des intérêts très différents. Bien qu'une discussion finale n'ait pas pu avoir lieu dans les limites du cadre de l'atelier, on peut néanmoins formuler un consensus quant aux propositions et idées relatives aux types et conditions d'une coopération future.

Lors de l'élaboration des votes des participants, cinq thèmes majeurs ont été déterminés, intitulés «réflexions de base», «communication», «formation», «coordination» et «mesures».

Réflexions de base: Tout d'abord, on notera que le domaine de l'archéologie ne représente qu'une infime partie de la valeur ajoutée provenant du tourisme. Du côté des organisations touristiques, il n'y a donc pratiquement aucune nécessité de faire appel à l'archéologie et de l'intégrer dans les stratégies et programmes touristiques. Ainsi, la balle est dans le camp de l'archéologie: il s'agit de montrer au tourisme le potentiel de valeurs culturelles, historiques et archéologiques et d'en susciter ainsi l'intérêt. Le fait que la motivation pour ce faire manque souvent du côté des institutions archéologiques - essentiellement les services cantonaux archéologiques - a plusieurs raisons. Celles-ci varient d'un manque de conscience (et de possibilités) pour la création de produits touristiques aux moyens financiers limités. De plus, on note des priorités différentes mettant au premier plan les préoccupations en matière de sauvegarde du patrimoine archéologique.

Ohne Zweifel werden vereinzelt archäologische Angebote erfolgreich in touristische Programme integriert und überregional vermarktet; zu nennen ist etwa der Legionärspfad von *Vindonissa* (Windisch). Dem stehen zahlreiche und vielfältige Attraktionen und Bodendenkmäler gegenüber, welche bereits heute in der Schweiz vorhanden sind, die jedoch kaum touristisch genutzt werden; sie reichen von rekonstruierten prähistorischen Grabhügeln über Pfahlbauhäuser und römische oder mittelalterliche Ruinen bis hin zu lokalen archäologischen Fenstern oder Ausstellungen, in denen originale Funde und Befunde zu sehen sind. Diese Situation wird nicht zuletzt durch die über 800 Internetseiten unterstrichen, welche Informationen zur Archäologie in der Schweiz liefern.

Damit wird grundsätzlich ein grosses kulturhistorisches Potenzial dokumentiert. Eine aktive und attraktive Einbindung in touristische Angebote fehlt jedoch meist oder ist lokal und zeitlich stark eingeschränkt.

Kommunikation: Um beim Tourismus das Interesse an archäologischen Kulturgütern zu wecken - und umgekehrt die Archäologie hinsichtlich der Möglichkeiten der touristischen Vermarktung zu sensibilisieren - muss zwischen beiden Disziplinen ein Dialog in Gang gebracht werden, welcher auf einer gemeinsamen Sprache und Begriffsklärungen basiert. Gemeinsame Absichten, Ziele und Konzepte müssen regelmässig diskutiert und Informationen ausgetauscht werden, wobei im beginnenden Dialog zunächst die Fragen nach den Kommunikationsgefässen zu klären sind: Wo findet dieser Austausch statt, welche Plattformen, Foren, Workshops oder Tagungszyklen müssen geschaffen werden und auf welchen Ebenen sind sie anzusiedeln?

Ausbildung: Integraler Bestandteil des Dialogs ist die Sensibilisierung der Akteure beider Branchen. Über die Integration von kulturhistorischen und archäologischen Themen, Vorträgen oder Projekten in touristische Aus- und Weiterbildungsprogramme könnten Tourismusfachleute spezifische Einblicke in die Potenziale, aber auch die Anliegen der Archäologie gewinnen. Dabei ist im breiten Feld des Tourismus in erster Linie an die Freizeitwirtschaft, aber auch die Reise- und Transportbranche zu denken. Gleichzeitig braucht es Angebote, welche sich an die archäologische Fachwelt richten und in denen die spezifische, touristische Sichtweise im Zusammenhang mit der potenziellen Wertschöpfung archäologischer Attraktionen vermittelt wird. Ein solches Modul könnte beispielsweise «Tourismusmanagement für Archäologen» sein.

Dans des cas isolés, des offres archéologiques sont bien entendu intégrées avec succès aux programmes touristiques et commercialisées au niveau extrarégional, comme par exemple le sentier des légionnaires de *Vindonissa* (Windisch). D'un autre côté, on note une multitude d'attractions et de monuments archéologiques aujourd'hui présents sur le territoire suisse, mais qui ne sont guère exploités sur le plan touristique; des reconstructions de tumulus préhistoriques et de maisons lacustres en passant par des ruines romaines et médiévales jusqu'aux fenêtres archéologiques ou expositions au niveau local, qui présentent des trouvailles et des structures originales. Cette situation est aussi reflétée par plus de 800 sites internet livrant des informations sur l'archéologie en Suisse.

C'est un potentiel culturel et historique important qui est ainsi documenté. Une intégration active et attrayante dans des offres touristiques est en revanche absente dans la plupart des cas, ou alors fortement limitée sur le plan géographique et temporel.

Communication: Afin de susciter l'intérêt pour les biens culturels archéologiques auprès des acteurs du tourisme - et à l'inverse, afin de sensibiliser les archéologues aux possibilités d'une commercialisation touristique -, un dialogue entre les deux disciplines doit être amorcé, basé sur un langage et une terminologie communs. Intentions, objectifs et concepts communs doivent être discutés à intervalles réguliers et des informations échangées. Ce faisant, le dialogue doit au préalable aborder la question des réseaux de communication: où a lieu cet échange, quels sont les plateformes, les forums, les ateliers ou les cycles de conférences qu'il faut créer et à quel niveau doivent-ils être placés?

Formation: La sensibilisation des acteurs issus des deux domaines est partie intégrante du dialogue. De par l'intégration de thèmes, conférences ou projets culturels et historiques ainsi qu'archéologiques dans des programmes d'études et de formations secondaires touristiques, les spécialistes du tourisme peuvent se faire une idée précise des potentiels mais également des préoccupations de l'archéologie. A ce propos, il faut prendre en considération en premier lieu l'économie des loisirs mais également le domaine des voyages et transports. Dans le même temps, il sera nécessaire de s'adresser aux spécialistes de l'archéologie avec des offres transmettant la perspective touristique spécifique en relation avec la valorisation potentielle des attractions archéologiques. Le «management touristique pour archéologues», par exemple, pourrait être un tel module.

Koordination: Die brancheninterne Zusammenarbeit innerhalb der Archäologie, aber auch unter den touristischen Organisationen, wird von den Teilnehmerinnen und Teilnehmern des Workshops als ungenügend beurteilt. Dieser wohl nicht zuletzt im helvetisch-föderalistischen Geist begründete Umstand erschwert die Schaffung gemeinsamer, branchenübergreifender Strategien und Ziele. Die gleichgerichtete Zusammenfassung von vielen Partikulärinteressen hin zu touristischen Archäologie-Angeboten mit überregionaler Wirkung bedarf besonderer Anstrengungen und kann nur im gemeinsamen Dialog angegangen werden.

Massnahmen: Schliesslich darf sich die Zusammenarbeit nicht nur auf den Dialog beider Akteure beschränken. Auf lokaler oder regionaler Ebene muss die Archäologie konkrete, vermarktbarere Angebote schaffen, welche in die touristische Wertschöpfungskette integriert werden können. So werden gemeinsame, kleine Erfolge erzielt und wegweisende Erfahrungen für eine bessere, regionale und überregionale Vermarktung der Archäologie gesammelt.

Welche Akteure und Gefässe in Archäologie bzw. Tourismus sind anzusprechen?

Grundsätzlich ist zwischen den archäologischen Akteuren, den touristischen Akteuren und den Multiplikatoren zu unterscheiden. Zu ersteren gehören die kantonalen archäologischen Dienste, archäologische Museen und Interessenverbände (Archäologie Schweiz, NIKE usw.). Seitens Tourismus sind primär Organisationen auf nationaler, regionaler und lokaler Ebene anzusprechen, aber auch Tour-Operators (z.B. Anbieter von Pauschalreisen und Exkursionen), Transportunternehmen sowie Gastronomie und Hotellerie. Als wichtigste Multiplikatoren lassen sich nebst den Medien die Schulen identifizieren, die für spezifische Angebote erfahrungsgemäss besonders empfänglich sind.

Welche Ressourcen werden benötigt und wer stellt diese zur Verfügung?

Vor dem Hintergrund, dass der Anteil der Archäologie an der Gesamtwertschöpfung im Tourismus bisher gering ist, dürfte letzterer derzeit wenig Ressourcen für spezifisch archäologische Projekte zur Verfügung stellen. Damit liegt der Ball nicht zuletzt bei den archäologischen Institutionen, welche im Rahmen ihrer Leistungsaufträge und innerhalb der bestehenden Strukturen, Prozesse und aktuellen Projekte Mittel finden müssen, um touristisch nutzbare Produkte zu generieren. Zusätzliche Mittel können über Stiftungen und Sponsoren aktiv eingeholt, oder über das Förderprogramm Innotour des

Coordination: La collaboration interne au sein de l'archéologie, mais également parmi les organisations touristiques est considérée comme non satisfaisante par les participants de l'atelier. Ce fait, notamment dû au concept fédéraliste helvétique, rend difficile la création de stratégies et objectifs communs interprofessionnels. Le regroupement parallèle de nombreux intérêts particuliers en vue d'offres touristiques en archéologie avec un effet suprarégional nécessite des efforts particuliers et ne peut être abordé que par un dialogue commun.

Mesures: Finalement, la collaboration ne doit pas se limiter au dialogue entre ces deux acteurs. Sur le plan local ou régional, l'archéologie doit créer des offres concrètes et commercialisables qui peuvent être intégrées à la chaîne de valorisation touristique. Ainsi, on peut obtenir quelques résultats communs et recueillir des expériences pour une meilleure commercialisation de l'archéologie sur le plan régional et extrarégional.

Quels sont les acteurs et réseaux en archéologie ou dans le tourisme à contacter?

De manière générale, il faut différencier entre des acteurs archéologiques, des acteurs touristiques et des multiplicateurs. Les services cantonaux d'archéologie, les musées archéologiques et les associations (Archéologie Suisse, NIKE etc.) sont les principaux acteurs archéologiques. Côté tourisme, il s'agit en priorité d'organisations sur le plan national, régional et local, mais également des tours opérateurs (p. ex. les fournisseurs de voyages à forfait et d'excursions), des entreprises de transport, de restauration et d'hébergement. Outre les médias, les écoles peuvent être identifiées comme multiplicateurs les plus importants, généralement très sensibles aux offres spécifiques.

Quelles sont les ressources nécessaires et qui les fournit?

Etant donné que la part de l'archéologie dans la valorisation globale du tourisme est jusqu'ici peu importante, celui-ci ne met que peu de ressources à disposition pour des projets spécifiquement archéologiques. Ainsi, il revient finalement aux institutions archéologiques dans le cadre de leurs mandats de prestation et au sein des structures et processus existants ainsi que des projets actuels de trouver les moyens de générer des produits exploitables sur le plan touristique. Des moyens supplémentaires peuvent être demandés activement en sollicitant des donations et des sponsors ou alors en formulant une demande de

Staatssekretariats für Wirtschaft SECO finanzielle Unterstützung auf nationaler Ebene beantragt werden. Innotour hat zum Ziel, Innovation, Zusammenarbeit und Wissensaufbau im Tourismus zu fördern. Auf regionaler Ebene sind regionale Verbände bzw. die Verantwortlichen der Regionalpolitik anzusprechen, auf lokaler Ebene die Gemeinden und Gemeindeverbände.

Fazit: Empfehlungen für das weitere Vorgehen

Aus den Diskussionen der Arbeitsgruppe resultierten die folgenden zehn Empfehlungen für das weitere Vorgehen:

1. Es soll ein regelmässiger Dialog in Gang gebracht und eine gemeinsame Sprache entwickelt werden.
2. Es soll eine Auslegeordnung erstellt werden, die das Potenzial und die Bandbreite der archäologischen Kulturgüter und Bodendenkmäler für den Tourismus aufzeigt.
3. Bereits bestehende Archäotourismus-Projekte müssen sowohl Touristikern als auch archäologischen Institutionen bekannt und bewusst gemacht werden.
4. Dabei gilt es, den Erfahrungsaustausch zu pflegen und bereits umgesetzte Projekte gegenseitig zu bewerten bzw. den Mehrwert für Tourismus aufzuzeigen.
5. Auf einer übergeordneten Ebene, aber auch auf regionaler Ebene sollen gemeinsam archäotouristische Strategien entwickelt und Produkte definiert werden.
6. Die gegenseitige Aus- und Weiterbildung von Touristikern und Archäologen muss in Angriff genommen werden.
7. Sinnvoll ist die Nutzung bestehender Marketinginstrumente und (Werbe-)Plattformen (z.B. Via Storia, UNESCO-Destination Schweiz).
8. Es sollte eine touristische Nachfrageanalyse für archäologische Produkte vorgenommen werden.
9. Ebenso sollte eine Bedürfnisabklärung bei potenziellen Partnern – Freizeitanbieter, Gastronomie, Museen, Medien usw. - vorgenommen werden.
10. Archäologische Produkte müssen von Kommunikationsprofis vermarktet werden. Insbesondere die Medien können dabei helfen, entsprechende Angebote gegenüber der Öffentlichkeit zu kommunizieren.

Punktuell und auf lokaler Ebene werden die meisten dieser Empfehlungen bereits umgesetzt. Die Frage, ob für ein übergeordnetes, koordiniertes Vorgehen

soutien financier au niveau fédéral, qui pourrait être faite via le programme de recherche Innotour du secrétariat d'état à l'économie (SECO). Innotour vise à promouvoir l'innovation, la collaboration et le développement des connaissances dans le tourisme.

Sur le plan régional, il faut contacter les associations régionales, voire les responsables de la politique régionale, sur le plan local, les communes et les associations de communes.

Conclusion: propositions concernant l'avenir du projet

Dix propositions résultent des discussions du groupe de travail concernant l'avenir du projet:

1. Il est prévu d'amorcer un dialogue régulier et de développer un langage commun.
2. Un état des lieux doit être dressé, qui permettra de mettre en évidence le potentiel et la variété du patrimoine archéologique et des monuments pour le tourisme.
3. Il est nécessaire d'informer et de faire connaître aux acteurs de tourisme ainsi qu'aux institutions archéologiques les projets archéo-touristiques existants.
4. A ce propos, il serait souhaitable d'instaurer un échange régulier des expériences et d'évaluer en commun les projets déjà réalisés et de démontrer leur valeur ajoutée pour le tourisme.
5. A un niveau supérieur, mais également au niveau régional, il faudra développer ensemble des stratégies archéo-touristiques et des produits.
6. Une formation et une formation continue tant des professionnels du tourisme que des archéologues doit être développée.
7. L'utilisation d'instruments de marketing et des plateformes (publicitaires) déjà existantes (p.ex. Via Storia, UNESCO-Destination Suisse) paraît judicieuse.
8. Il faudra réaliser une analyse de la demande touristique pour des produits archéologiques.
9. De même, il faudra réaliser une étude des besoins auprès des partenaires potentiels – agences de loisirs, gastronomie, musées, médias etc.
10. Les produits archéologiques doivent être commercialisés par des professionnels de la communication. Les médias notamment pourront jouer un rôle utile dans la communication des offres auprès du public.

De manière ponctuelle et au niveau local, la plupart de ces propositions sont déjà mises en pratique. Aussi bien pendant l'atelier que pendant le colloque,

eine eigene Plattform für Archäotourismus zu kreieren ist oder ob sich der Dialog entlang bereits bestehender archäologischer und touristischer Plattformen bewegen soll, wurde sowohl im Workshop als auch im Plenum durchwegs kontrovers diskutiert. Es ist zu diskutieren, ob die bestehende Plattform «as» (Archäologie Schweiz) in Zusammenarbeit mit einem geeigneter touristischen Partner diese Aufgabe übernehmen könnte.

la question de savoir s'il fallait créer une plateforme propre à l'archéo-tourisme afin d'assurer une démarche coordonnée ou si le dialogue doit se développer en se servant des plateformes archéologiques et touristiques existantes a suscité des controverses. Ainsi, il reste à discuter si la plateforme existante «as» (Archéologie Suisse) en collaboration avec des partenaires du tourisme appropriés pourrait prendre en charge cette tâche.

ARCHAEOLOGY AND TOURISM HOW CAN THEY BENEFIT EACH OTHER?

Summary

This workshop was convened in response to the objectives defined in the course of preparations for this conference, which took the «*Archäologische Fenster*» project in the car park of the Zurich Opera House as its starting point. Amongst the subjects for discussion was the need for archaeology and tourism to develop a mutual understanding of each other's requirements, and the importance of identifying the actors, structures and resources necessary to such synergies. Recommendations about the potential for long-term collaborations between archaeology and tourism were also made.

ARCHEOLOGIA E TURISMO BENEFICI E UTILITÀ

Riassunto

Lo scopo di questo workshop è stato quello di rispondere a quattro obiettivi definiti durante la preparazione del convegno partendo dall'esempio di un progetto di esposizione audio-visivo espresso attraverso una «finestra archeologica» e realizzato all'interno dell'autosilo dell'Opera a Zurigo. Sono stati così trattati i temi relativi alla comprensione dei rispettivi bisogni dell'archeologia e del turismo, così come degli attori, delle strutture e delle risorse necessarie per facilitare le sinergie. Infine, sono state formulate alcune raccomandazioni per assicurare una collaborazione tra i due campi a lungo termine.



► Schloss Chillon, Hintergrunddekor
oder Zeuge der Vergangenheit?

► Château de Chillon, décor ou
témoin du passé?

Resultate der Diskussionen der Arbeitsgruppen in Thun

Entwicklung eines touristischen Angebots zur Archäologie in der Schweiz

Résultats des discussions des ateliers tenues à Thoune

Développement d'un produit touristique sur l'archéologie en Suisse

Laurent Flutsch und Rafael Matos-Wasem

Anmerkung: gegenüber der ursprünglichen Zielsetzung haben wir aus Zeitmangel und weil die Erfolgchancen gering waren, weder einen archäologischen Routenplan noch ein spezifisches touristisches Angebot ausgearbeitet.

Ausgangsfeststellungen seitens der Archäologie

Die Archäologie wird vom Tourismus nicht genügend miteinbezogen. Die Schweiz besitzt ein sehr reichhaltiges, archäologisches und historisches Kulturerbe. Dieses fehlt jedoch fast gänzlich auf dem vom Tourismus vermittelten Bild des Landes, das hauptsächlich die Landschaften und ein paar volkstümliche Traditionen zeigt. Selbst das Schloss Chillon oder die Kapellbrücke in Luzern werden weniger als Zeugen der Vergangenheit denn als Elemente eines Hintergrunddekors dargestellt und aufgefasst.

Die touristische Anziehungskraft beruht nicht auf dem Wert des Kulturerbes, sondern vor allem auf den «Postkartenbildern», den Symbolfiguren und Orten, die in den Vordergrund gerückt werden können. Denn trotz solcher Schätze wie Megalithen und Ruinen von römischen Gebäuden oder Mosaiken gibt es in der Schweiz keine Monumente, die spektakulär oder einzigartig genug sind, um Besuchermassen anzuziehen.

Im Gegensatz dazu ist die Dichte von interessanten Stätten und Museen in der Schweiz einzigartig, die darüber hinaus durch das bestehende Netzwerk der öffentlichen Verkehrsmittel leicht erreichbar sind. In manchen Regionen des Landes könnte die Archäologie sogar als Alleinstellungsmerkmal (*unique selling proposition*) dienen, mit anderen Worten als aussergewöhnliches touristisches Verkaufsargument. Diesbezüglich soll daran erinnert werden, dass der Tourismus auch Erlebnisprogramme anbietet, an denen die Touristen aktiv teilnehmen können.

Die Museen spielen eine bedeutende Rolle für die Archäologie. Da sie insgesamt über höhere Mittel verfügen als diejenigen in den Nachbarländern, haben viele Museen die Ausstellungen in Szene gesetzt, sogar als Spektakel angelegt und vielfältige Animationsprogramme erarbeitet. Touristische und pädagogische Interessen überlagern so die rein denkmalpflegerischen und wissenschaftlichen Unternehmungen.

Dabei darf nicht vergessen werden, dass eine nicht zu unterschätzende Nachfrage in Bezug auf archäologische Führungen besteht, entsprechend derjenigen, die von Portail-Patrimoine in Martigny angeboten werden.

Laurent Flutsch et Rafael Matos-Wasem

Note: Contrairement à l'objectif initial, nous n'avons pas élaboré d'itinéraire ni de produit touristique spécifique, ce par manque de temps et compte tenu du fait que les chances de succès seraient faibles.

Constats de départ, du côté de l'archéologie

L'archéologie n'est pas assez prise en compte par le tourisme. Bien que très riche, le patrimoine archéologique et historique de la Suisse est presque totalement absent de l'image touristique du pays, focalisée sur le paysage et sur quelques traditions populaires. Même le château de Chillon ou le Kapellbrücke de Lucerne sont promus et perçus davantage comme des attributs du décor que comme des témoins du passé.

L'attrait touristique ne repose pas sur la valeur patrimoniale, mais surtout sur des «cartes postales», des icônes, des lieux pouvant être mis en avant. Or malgré des richesses telles que mégalithes, ruines d'édifices romains ou mosaïques, il n'existe pas en Suisse de monuments archéologiques assez spectaculaires, ou assez uniques, pour attirer les foules.

En revanche, la Suisse s'avère exceptionnelle par la densité des sites et des musées intéressants, à quoi s'ajoute la facilité d'accès par le réseau de transports publics existant. Dans certaines régions du pays, l'archéologie pourrait même être mise en avant en tant qu'USP (*unique selling proposition*), autrement dit en tant qu'argument de vente touristique exceptionnel. Rappelons à cet égard que le rôle du tourisme réside aussi dans la prescription d'activités à réaliser par les visiteurs.

Les musées constituent un atout de taille dans le domaine de l'archéologie. Bénéficiant de moyens globalement plus importants que leurs homologues des pays voisins, plusieurs de ces musées ont en outre développé la mise en scène, voire en spectacle, des expositions, et mis sur pied des programmes d'animations variées. Des intérêts touristiques et pédagogiques se superposent ainsi aux missions strictement patrimoniales et scientifiques.

N'oublions pas la demande non négligeable qui existe en matière de visites guidées à caractère archéologique, à l'enseigne de celles proposées par Portail-Patrimoine, à Martigny.

Vu leur nombre, leur proximité et la relative similitude de leur contenu, les musées et sites archéologiques sont souvent conduits à se distinguer les uns des autres. Par ailleurs, l'éclatement institutionnel et fédéraliste entraîne un certain cloisonnement, qui prévaut aussi dans le domaine du tourisme. D'où l'importance qu'il faudrait accorder au travail en réseau.

In Anbetracht ihrer Anzahl, ihrer Nähe, sowie ähnlicher Inhalte, sind die Museen und archäologischen Fundstätten oft dazu angehalten, sich voneinander abzusetzen. Darüber hinaus bewirkt die Aufspaltung in zahlreichen Institutionen durch den schweizerischen Föderalismus eine gewisse Isolation, die auch auf dem Gebiet des Tourismus vorherrschend ist. Daher sollte der Bildung von Netzwerken mehr Bedeutung zugemessen werden.

Ausgangsfeststellungen seitens des Tourismus

Der Tourismussektor in der Schweiz ist seit einigen Jahren rückläufig, sowohl in Bezug auf die Zahl der einreisenden Touristen als auch in Bezug auf die Zahl der Übernachtungen. Die Touristen tendieren zu kürzeren Aufenthalten und zum Aufteilen ihrer Ferien. Das Zusammenwirken einer stark ausgebildeten Mobilität und einer weltweit immer grösseren Fülle an touristischen Zielen verschärft die Konkurrenz.

Dabei soll aber nicht die Bedeutung des Inlandtourismus vergessen werden: fast die Hälfte der im Land gezählten Übernachtungen sind Touristen aus der Schweiz.

Die Touristen kommen aus ganz unterschiedlichen Ländern in die Schweiz (zum Beispiel Chinesen und Inder, die zunehmend auch die Schweiz bereisen). Dies impliziert breit gefächerte Interessenschwerpunkte und hat eine Aufteilung der Touristen in unterschiedliche Gruppen, sowie eine Zunahme von touristischen Nischen zur Folge.

Das Verhalten der Touristen ist ebenfalls sehr variabel: manche sind einseitig, andere wählerisch und andere wiederum gegenüber bestimmten Angeboten ablehnend. Heutzutage interessiert den Touristen immer mehr das Erleben von Erfahrungen, das Mitmachen oder das Lernen durch Unterhaltung. Aus touristischer Sicht besitzt die Schweiz bestimmte Vorteile, die Landschaften, die grosse Diversität innerhalb eines recht kleinen Gebietes (dazu das reiche Angebot an dauerhaften oder einzelnen Events). Nicht zu vergessen die Beliebtheit der Klischees im Zusammenhang mit dem Land (Schokolade, Kühe, Uhren, Alpen ...), eine wahrhaftige Erfolgsgarantie. Aber für wie lange noch?

In der Tourismuswirtschaft werden Alleinstellungsmerkmale identifiziert, die es einem Land oder einer Region erlauben, sich von benachbarten Konkurrenzregionen abzusetzen. Dasselbe gilt für den Archäologie-Tourismus.

In dieser Hinsicht profitiert die Schweiz (noch?) nicht von einem Highlight von der Bedeutung einer Ötzi-Mumie, wie sie 1991 an der Grenze zwischen Österreich und Italien entdeckt wurde. Aber die



Constats de départ, du côté du tourisme

Le secteur du tourisme helvétique est en baisse depuis un bon nombre d'années, aussi bien en termes d'arrivées qu'en termes de nuitées. Les visiteurs tendent à raccourcir leur séjour et à scinder leurs vacances. La concurrence est rude, par les effets cumulés d'une mobilité tous azimuts et d'une offre toujours plus pléthorique à l'échelle mondiale.

N'oublions pas, cependant, l'importance du tourisme domestique: les Suisses représentent près de la moitié des nuitées touristiques dénombrées dans le pays.

Les touristes venant en Suisse sont d'origines fort diverses (songeons aux Chinois et aux Indiens, en forte hausse), ce qui implique des intérêts multiples. S'ensuit une segmentation croissante des visiteurs et une multiplication des niches touristiques.

Le comportement touristique est lui aussi extrêmement variable: on distingue des monomaniaques, des éclectiques ou encore des allergiques à une offre donnée. Ce que le touriste désire de plus en plus à l'heure actuelle, c'est de vivre des expériences, de mettre la main à la pâte ou encore de se divertir en apprenant.

D'un point de vue touristique, la Suisse dispose de certains atouts, à savoir le paysage, la grande diversité dans un espace relativement restreint (y compris la richesse d'événements pérennes ou ponctuels), sans oublier la popularité de clichés rattachés au pays (chocolat, vaches, montres, Alpes...), véritable garantie de succès. Mais pour combien de temps encore?



Schweiz besitzt eine grosse Anzahl an herausragenden archäologischen Hinterlassenschaften. Ein Ensemble, das übrigens im Ausland weitestgehend unbekannt ist, wie es Laurent Flutsch bezeugt: anlässlich eines in Brüssel gehaltenen Vortrages war das zwar interessierte und gebildete Publikum völlig überrascht, das reichhaltige keltisch-römische Kulturerbe der Schweiz zu entdecken. Es ist daher wichtig, diese Bilderlücken gemeinsam zu füllen: die Archäologen müssen interessanter und die Vertreter des Tourismus interessierter werden! Die Zusammenarbeit kann das Angebot nur erneuern und bereichern.

In Deutschland kann man einen regelrechten Boom von Archäoparks beobachten. Dies erfordert hohe Investitionen. Dabei muss auch darauf geachtet werden, dass die Vergangenheit durch die Rekonstruktionen nicht banalisiert oder fehlinterpretiert wird.

Die Ausarbeitung eines neuen touristischen Angebots, mit oder ohne archäologischen Inhalt, muss hinsichtlich der Lage einer Region oder eines Ziels auf einem soliden Konsens beruhen. Dabei ist auch die lokale Bevölkerung ein unumgänglicher Partner. Letztere muss daher in die Planung mit eingebunden werden und sich mit dem Bild, das eine Region vermittelt, identifizieren können.

Vorschläge und Empfehlungen

Die zwei Workshops führten zu einer Reihe von Vorschlägen und Empfehlungen, die auf eine bessere und engere Kooperation zwischen Archäologie und Tourismus abzielen.

En économie touristique, il y a lieu d'identifier des USP permettant à un pays, ou à une région, de se démarquer des contrées concurrentes. Il en va de même du tourisme archéologique.

A cet égard, la Suisse ne bénéficie pas (encore?) d'un atout de l'importance de la momie d'Ötzi, découverte en 1991 à la frontière austro-italienne. Mais la Suisse peut mettre en avant un vaste ensemble de vestiges archéologiques de qualité. Un ensemble d'ailleurs largement méconnu à l'étranger, selon le témoignage de Laurent Flutsch: lors d'une conférence prononcée à Bruxelles, le public, pourtant formé de personnes intéressées et cultivées, fut ébahi de découvrir la richesse du patrimoine gallo-romain de Suisse. Il importe donc de combler ce déficit en termes d'image, de deux manières cumulées: aux archéologues de se montrer plus intéressants, aux professionnels du tourisme de se montrer plus intéressés! La rencontre entre ces deux domaines ne peut que déboucher sur une offre touristique renouvelée et fructueuse.

En Allemagne par exemple, on constate un véritable boom des parcs archéologiques, ce qui requiert des investissements conséquents. Il faut toutefois veiller aux risques de banalisation voire de mésinterprétation pouvant dériver de certaines reconstitutions du passé.

L'élaboration d'une nouvelle offre touristique, à caractère archéologique ou non, devrait reposer sur un solide consensus quant au positionnement d'une région ou d'une destination et sur le rôle de partenaire incontournable joué par la population

▲
**Dolmen von Onnens,
Megalithgrab am
Fuss des Juras.**

▲
**Le dolmen d'Onnens,
tombe mégalithique
au pied du Jura.**



© Musée romain de Vallon

▲
**Das Römermuseum
 von Vallon in der
 Freiburger Broye.**

▲
**Le musée romain de
 Vallon dans la Broye
 fribourgeoise.**

Vorab handelt es sich darum, archäologische «Highlights» zu bestimmen, die die Neugierde der Touristen wecken können. Gleichzeitig ist es unerlässlich, die Kräfte zu sammeln, d. h. sich zu zusammenschließen und die Beteiligten und die Aktivitäten sowohl auf regionaler als auch auf nationaler Ebene zu koordinieren. Das für die Gegend des Murtensees und der Broye kürzlich geschaffene Angebot (Oktober 2012) «*Une région, cinq sites, 10 000 ans d'histoire*» bietet in dieser Hinsicht ein gutes Beispiel. Hier haben sich das Pfahlbaudorf von Gletterens, Pro Vistiliaco, Aventicum, das Römermuseum Vallon und das Museum Murten zusammengeschlossen.

Es ist übrigens wichtig, darauf zu achten, dass ein Gleichgewicht zwischen dem, was die Akteure glauben, über die Besucher zu wissen und dem, was letztere konkret erwarten, besteht. Es soll ein Publikum erreicht werden, das a priori nicht von alleine gekommen wäre: es muss daher genau auf seine Zusammensetzung und sein Profil geachtet werden. Ist das Angebot auf Familien, auf initiierte Personengruppen ausgerichtet?

Die Antwort auf diese Frage bestimmt die weitere Entwicklung. Wenn man Familien ansprechen will, wäre es illusorisch, von ihnen zu erwarten, sich einen ganzen Tag lang mit einem reinen Archäologieprogramm auseinanderzusetzen. Daher wäre es wünschenswert, nicht nur die vorgeschlagenen Erfahrungen und Techniken sondern auch ergänzende Aspekte in die Angebote miteinzubeziehen, wie die Landschaft, Geschichte, Geologie oder auch die Paläontologie (zum Beispiel in Kombination mit

locale. Cette dernière devrait donc être impliquée dans la démarche et s'identifier à l'image que l'entité territoriale souhaite se donner.

Propositions et recommandations

Les deux ateliers ont débouché sur une série de propositions et de recommandations visant à améliorer et resserrer la collaboration entre les milieux de l'archéologie et du tourisme.

Au préalable, il s'agirait de déterminer des clous (ou *highlights*) archéologiques capables d'éveiller la curiosité des visiteurs. Simultanément, il s'avère indispensable de mettre en commun les forces, autrement dit de fédérer et de coordonner les acteurs et les actions aux niveaux régional et fédéral. La région du lac de Morat et de la Broye offre un bel exemple à cet égard, avec son offre de création récente (octobre 2012) «*Une région, cinq sites, 10 000 ans d'histoire*» qui regroupe le Village lacustre de Gletterens, Pro Vistiliaco, Aventicum, le Musée romain de Vallon et le Musée de Morat.

Il importe par ailleurs de veiller à l'adéquation entre ce que les acteurs croient savoir des visiteurs et ce que ces derniers recherchent concrètement. On veut attirer un public qui ne ferait pas le déplacement *a priori*: il faut donc prêter une grande attention à sa nature et à son profil. Cherche-t-on à faire venir des familles, des initiés?

La réponse à cette interrogation détermine la suite. Si l'on vise des familles, il faut d'emblée admettre qu'il serait illusoire de leur demander de consacrer une journée entière à un programme d'archéologie pure. Il serait dès lors souhaitable de panacher les

den historischen Verkehrswegen der Schweiz oder auch SwissTrails), oder aber Angebote, die sich in der Nähe befinden (den Jet d'eau in Genf, das Schloss Chillon). Dabei könnte man eine pauschale Rundreise von fünf Tagen anbieten, die vorab reserviert werden kann und die archäologische «Fenster» miteinschliesst, zum Beispiel St-Pierre (Genf), Vidy oder noch Avenches. Eine Art «*Time travel passport*», der an den beteiligten archäologischen Stätten abgestempelt werden kann, könnte dieses Angebot ergänzen und weitere Reisetipps enthalten.

Es ist auch ratsam, die archäologischen Angebote mit der Sozialgeschichte zu verbinden, in der Absicht, sie unterhaltsamer zu gestalten. Es reicht, sich den Erfolg auszumalen, den eine dem Sexualleben in der Römerzeit gewidmete Ausstellung haben könnte. Die Touristen möchten auch gerne konkrete Gegenstände in die Hand nehmen, die Facetten, Anekdoten und Gesten des Alltagslebens entdecken oder noch Erfahrungen machen; dabei denken wir zum Beispiel an Geschmackserlebnisse (Brotbacken oder eine Suppe nach alten Rezepten kochen, die römerzeitliche Weinherstellung entdecken...), oder an Thermalbäder (die römischen Bäder), oder auch Übernachtungen. Ein anschauliches Beispiel zu diesem Thema ist der «Legionärspfad» von Windisch im Aargau. Es ist kein Zufall, wenn diese Rekonstruktion des römischen Legionärlagers von Vindonissa den dritten Preis des «Milestone» gewonnen hat, oder den Schweizer Tourismuspreis, der 2011 von der htr hotel revue und hotelleriesuisse verliehen wurde (siehe nachstehend, S. 82). Der Erfolg dieser Art von Erfahrung ergibt sich aus ihrem starken Erlebnisgehalt.

Manche Besucher möchten auch aktiv an der Archäologie teilnehmen. «Sich beim Lernen amüsieren» wäre sozusagen das von einem grossen Teil der Besucher angestrebte Ideal.

All dies findet sich in der Nostalgiebewegung, die auch auf dem Gebiet des Tourismus einen unbestreitbaren Erfolg hat. Zahlreich sind die Besucher auf der Suche nach starken Emotionen, nach Erlebnissen, nach aktiver Arbeit und Kreieren. Die Rekonstruktion der Burg von Guédelon zeugt von der Beliebtheit des Kollektiv-Abenteurers. Andere Beispiele können hierbei erwähnt werden: die Nostalgie-Woche, die in Kandersteg mit dem Thema «Kandersteg Belle Epoque 1912» stattfindet oder auch die Themawoche «*Du pain et des jeux*» (Brot und Spiele), die Avenches für 2015, aus Anlass der 2000 Jahr-Feier der römischen Stadt plant.

Aber auch leichter durchführbare Ideen können vorgeschlagen werden. Man kann die Strasse selbst als Event benutzen (indem man zum Beispiel die

offres en matière d'expériences et de techniques proposées, en y intégrant des dimensions complémentaires de nature paysagère, historique, géologique ou encore paléontologique (en combinaison, par exemple, avec les Voies de communication historiques de la Suisse ou encore SwissTrails) ou alors des offres de proximité (le jet d'eau de Genève, le château de Chillon). A cet effet, on pourrait imaginer un parcours forfaitaire de cinq jours pouvant être réservé à l'avance et qui comprendrait des «fenêtres» à caractère archéologique, à l'enseigne de St-Pierre (Genève), Vidy ou encore Avenches. Une sorte de «*Time travel passport*», à faire tamponner dans les hauts lieux archéologiques participants, pourrait compléter cette offre en y suggérant des itinéraires à suivre.

Il est également à recommander de relier les offres archéologiques avec l'histoire sociale, ceci dans le but de les rendre plus ludiques. Il suffit d'imaginer le succès que peut rencontrer une exposition dévolue à la vie sexuelle au temps des Romains. Les touristes sont par ailleurs friands de saisir des objets concrets, de découvrir des facettes, voire des anecdotes et des gestes liés à la vie quotidienne, ou encore de vivre des expériences; songeons par exemple aux expériences gustatives (élaboration de pain ou préparation d'un potage en utilisant des recettes d'autrefois, découverte de la vinification à la romaine...), ou aux activités thermales (les bains romains), ou encore au mode d'hébergement. Un exemple éloquent à ce sujet est le «*Legionärspfad*» de Windisch, en Argovie (cf. ci-dessous, p. 82). Ce n'est pas un hasard si cette reconstitution du camp légionnaire romain de Vindonissa a obtenu le prix du «Milestone», ou prix du tourisme suisse décerné par htr hotel revue et hotelleriesuisse, lors de l'édition 2011. Le succès de ce genre d'expérience découle de son contenu fortement émotionnel.

Certains visiteurs cherchent également à mettre la main à la pâte en matière d'archéologie. «Se divertir en apprenant» serait en quelque sorte l'idéal visé par un important segment de visiteurs.

Tout ceci rejoint la dimension de la nostalgie, qui dans le domaine touristique rencontre un succès indéniable. Nombreux sont les visiteurs en quête d'émotions fortes, de vécu, voire de travail actif et de création. En témoigne l'engouement pour l'aventure collective qu'est la reconstruction du château de Guédelon. D'autres exemples peuvent être cités à cet égard: l'offre d'une semaine qu'a promue Kandersteg sur le thème «Kandersteg Belle Epoque 1912» ou alors celle, sous le titre «*Du pain et des jeux*», qu'Avenches est en train de mettre sur pied pour 2015, à l'occasion des 2000 ans de la ville romaine.

gute alte Rallye wiederbelebt) oder Wege schafft, auf denen man in die Zeit zurückläuft (zum Beispiel mit Hilfe von alten Transportmitteln). Andere touristische Angebote, die darauf abzielen, gewisse Klischees zu erklären bzw. damit aufzuräumen, könnten sicher Erfolg haben: die Vorläufer des Röstigrabens vor der gallo-römischen Epoche könnten behandelt werden, ebenso wie die ersten in der Schweiz gezüchteten Kühe, die viel kleiner waren, als diejenigen, die heute die grünen Wiesen des Landes schmücken.

Um den Erfolg all dieser Angebote zu sichern, müssen Techniken aus der Event-Branche angewendet werden, entsprechend dem «*storytelling*» (oder der Ausarbeitung einer Erzählung, die das Publikum fesselt). Dazu kommt noch die Notwendigkeit oder die Voraussicht, ein gewisses Mass in Bezug auf den Umfang der Projekte und die daran gestellten Ansprüche, zu wahren. Möchte man zum Beispiel unbedingt die «Erfolgsstory» des Verkehrshauses der Schweiz in Luzern nachahmen? Der Erfolg dieses Museums liegt grösstenteils darin begründet, dass es das einzige seiner Art in der Schweiz ist. Die Grösse der Projekte ist nicht unbedingt eine Garantie für ihren Erfolg. Der sehr umstrittene «*Mystery Park*» mit der Thematik «archäologische Rätsel», der im Mai 2003 in Interlaken seine Pforten öffnete, war gezwungen, sie in 2006 nach einem überwältigenden Misserfolg wieder zu schliessen, bevor er 2009–2010 unter einem neuen Namen (JungfrauPark) umgestaltet wurde. Dieser Attraktionspark war indes im Jahr 2003 mit dem «*Milestone*» des Tourismus ausgezeichnet worden.

Andere praktische und sehr konkrete Aspekte, die nicht vernachlässigt werden dürfen: die touristische Mobilität und als Folge davon, die Zugänglichkeit. Die Schweiz besitzt den grossen Vorteil, zumindest bis jetzt, über ein herausragendes Netz an öffentlichen Verkehrsmitteln zu verfügen. Dies ermöglicht einen geregelten und leichten Zugang zu Museen und Angeboten mit archäologischen Themen, die im Stadt- oder Vorstadtbereich gelegen sind. Im Gegensatz dazu sind die Orte, die ausserhalb der Hauptverbindungsachsen liegen, nicht immer leicht erreichbar. Es gibt aber gute Lösungen, wie zum Beispiel diejenigen, die in den Grafschaften Kent und Sussex in England entwickelt wurden. Hier wurden für die Touristen jeweils zwei Varianten der Cottage- und Archäologieprospekte in ganz klassischer Aufmachung vorgelegt. Die erste Variante ist für Touristen bestimmt, die ausgehend von ihrer Unterkunft, mit dem eigenen Auto leicht zu verschiedenen Zielen in der Umgebung gelangen können. Die zweite Variante ist für Besucher ohne Fortbewegungsmittel

Des idées plus simples peuvent également être proposées. On peut transformer la route elle-même en véritable événement (en recréant, par exemple, un bon vieux rallye) ou mettre en œuvre des parcours qui font remonter le temps (à l'aide, par exemple, de moyens de transport de jadis). D'autres produits touristiques visant à expliquer voire à démonter certains mythes pourraient rencontrer un succès certain: les prémices de la «barrière de röstis» avant l'Antiquité pourraient être abordées, tout comme les premières variétés de vaches élevées en Helvétie, bien plus petites que celles qui parsèment à présent les verts pâturages suisses.

Pour garantir le succès de toutes ces offres, il s'agit de faire appel à des techniques relevant de l'événementiel, à l'enseigne du *story-telling* (ou élaboration d'un récit oral servant à renforcer l'adhésion du public). Ajoutons encore la nécessité, ou la sagesse, de montrer une certaine mesure en ce qui concerne l'envergure des projets et l'ambition que l'on se fixe. Souhaite-t-on par exemple forcément dupliquer la *success story* du Musée suisse des transports, à Lucerne? Précisons ici que le succès de ce musée tient dans une bonne mesure au fait qu'il en est le seul du genre en Suisse. La grandiloquence des projets ne garantit pas nécessairement leur succès. Le très contestable «*Mystery Park*», à Interlaken, qui ouvrit ses portes en mai 2003 autour du thème des «énigmes archéologiques», fut contraint de les refermer en 2006, suite à son échec retentissant, avant de renaître sous une autre forme et une nouvelle appellation (*JungfrauPark*) en 2009-2010. Ce parc d'attractions avait pourtant reçu, en 2003, le «*Milestone*» du tourisme.

Autres aspects pratiques et très concrets à ne pas négliger: la mobilité touristique et son corollaire, l'accessibilité. La Suisse a le grand avantage de posséder, du moins jusqu'ici, un excellent réseau de transports publics, qui garantit un accès général fréquent et facile aux musées et autres offres à thème archéologique situés dans les espaces urbains ou périurbains. A l'opposé, l'accessibilité des lieux situés hors des axes de circulations prioritaires n'est pas toujours aisée. Il existe des astuces, à l'instar de celles qu'ont développées les comtés anglais de Kent et de Sussex. Leurs dépliants touristiques, à la facture des plus classiques, consacrés à des domaines tels que les cottages et l'archéologie, se déclinent en deux variantes. La première est destinée aux voyageurs individuels qui, à l'aide de leur véhicule privé, peuvent rayonner facilement autour du lieu où ils sont hébergés. La seconde variante, quant à elle, est destinée aux visiteurs non motorisés, qu'ils soient étrangers ou résidents: dans les



© Arnaud Corinne, Ville de Lausanne

◀ Das Römermuseum von Lausanne-Vidy gestaltet originelle Ausstellungen: **Avance, Hercule!** (Juni 2011-Januar 2012)

◀ Au musée romain de Vidy ont lieu des expositions originales: **Avance, Hercule!** (juin 2011-janvier 2012)

gedacht, unabhängig davon, ob es sich um Touristen oder Einheimische handelt: in den Prospekten sind Führungen verzeichnet, die speziell für sie an einem oder mehreren Wochentagen angeboten werden.

Darüber hinaus bringt das unumgängliche schnelle und massive Aufkommen von neuen Technologien radikale Veränderungen mit sich. Man bezeichnet dies als «gamification» (oder Spielifizierung), auch wenn seine Bedeutung nicht überschätzt werden soll. Die Angebote mit «erweiterter Realität» treten jedoch fast überall auf, auch in den Museen und anderen Ausstellungsräumen (das Schloss von Cherbourg ist dafür ein bezeichnendes Beispiel).

Die Touristiker und die Archäologen lägen jedoch falsch, wenn sie sich zu sehr in virtuelle Besuche investieren würden, zumindest im Internet, denn das vorrangige Ziel ist es, die Besucher und Touristen zu den wirklichen Standorten zu bringen!

Nennenswerte Umsetzungen sind die für 2014 angekündigte Google-Brillen, oder in der Schweiz selbst das Projekt LIFEPLUS aus dem interdisziplinären Labor MIRALab, das an die Universität Genf angeschlossen ist. Manche Entwicklungen erweisen sich als äusserst nützlich und ergänzend zum klassischen Museumsangebot. Sie entsprechen virtuellen Rekonstruktionen, die an den Ausgrabungsorten vorgestellt werden können. Dabei sollen auch so interessante Applikationen für Smartphones wie der «Palafittes Guide» erwähnt werden (siehe nachstehend, S. 92), oder unterhaltsamer, «Geocaching», das zu einem weltweiten Zeitvertreib geworden ist, «Handy Safari», eine von Schweiz Tourismus ent-

brochures *ad hoc* sont répertoriées des visites guidées qui leur sont proposées une ou plusieurs fois par semaine.

Une autre dimension, incontournable à l'heure actuelle, bouleverse la donne: l'avènement rapide et massif des nouvelles technologies, à travers ce qu'il convient d'appeler la «gamification» (ou ludification), même s'il serait malvenu d'en surestimer l'importance. Des offres de «réalité augmentée» se mettent en place un peu partout, y compris dans les musées et autres espaces d'exposition (le château de Cherbourg constitue un exemple éclairant).

Toutefois, les acteurs du tourisme et de l'archéologie auraient tort de trop s'investir dans les visites virtuelles, du moins sur Internet, puisque le but premier reste d'attirer les visiteurs et les touristes sur les lieux réels!

Parmi les réalisations à mentionner figurent les lunettes Google, annoncées pour 2014, ou, en Suisse même, le projet LIFEPLUS du laboratoire interdisciplinaire MIRALab, rattaché à l'Université de Genève. Certains développements peuvent s'avérer fort utiles et complémentaires à l'offre muséale classique, à l'enseigne de ce qui peut être proposé en termes de reconstruction virtuelle sur les lieux de fouilles. Pensons également à certaines applications intéressantes pour téléphone intelligent, telles que «Palafittes Guide» (cf. ci-dessous, p. 92), ou, dans un registre plus ludique, «Geocaching», devenu un véritable loisir à l'échelle planétaire, «Handy Safari», une chasse au trésor développée par Suisse Tourisme, ou encore «Foxtrail», un autre genre de chasse au trésor, mais qui découle d'une initiative privée.



wickelte Schatzsuche oder auch «*Foxtrail*», eine andere Art Schnitzeljagd, die aus einer Privatinitiative entstand.

Durch die Zunahme und das unumstrittene Interesse an diesen Softwares sollten aber die eher traditionellen Medien nicht despektiert werden, wie die oben erwähnten englischen Prospekte. Es kann aber auch sein, dass die Fülle an Virtuellem zu einer Sättigung führt; gibt es nicht bereits ein touristisches Publikum, das im Gegenteil, zumindest während der Ferien, eher abschalten und ohne technologische Zusatzhilfsmittel leben möchte?

Wie steht es mit den Kindern, einem Publikum, das sich bislang von den Archäologieangeboten fesseln liess (für die sie manchmal eine regelrechte Archäomanie entwickeln, ähnlich wie die Dinomanie), die in einer zunehmend virtuellen Welt gross werden? In wie weit werden das Verhalten und die Wünsche dieser «Generation Internet» (oder *digital natives*) dazu beitragen, die von den Museen und dem Archäologietourismus vorgeschlagenen Angebote umzuändern?

Wie dem auch sei, Touristiker und Archäologen sollten von nun an Hand in Hand arbeiten, um qualitätsvolle, attraktive und abwechslungsreiche Angebote zu erstellen. Ziel ist es, langfristig wirtschaftlichen Gewinn zu erzeugen, der die Nachhaltigkeit und die Entwicklung dieser Art von Angebot begünstigt. Ein Gewinn, der übrigens mit Sicherheit dazu beiträgt, in der Schweiz ein Bewusstsein in der Bevölkerung und bei den politischen Autoritäten, die oft für den Reichtum und das Interesse an dem lokalen archäologischen Kulturerbe zu wenig empfänglich sind, zu entwickeln.

La multiplication et l'indéniable intérêt de ces logiciels ne devrait toutefois pas faire dédaigner les médias plus traditionnels, à l'instar des brochures anglaises mentionnées plus haut. Il se peut d'ailleurs qu'une pléthore de virtualité conduise à un risque de saturation; n'assiste-t-on pas à l'heure actuelle à l'accroissement d'un public touristique cherchant au contraire à se déconnecter, à vivre sans adjuvants technologiques ne serait-ce que le temps des vacances?

Mais qu'en sera-t-il des enfants, un public jusqu'ici captif en ce qui concerne les offres archéologiques (auxquelles ils vouent parfois une véritable «archéomania», à rapprocher de la «dinomania»), qui grandissent dans un monde de plus en plus virtuel? Dans quel sens les comportements et les désirs de ces «natifs numériques» (ou *digital natives*) vont-ils contribuer à remodeler les offres proposées par les musées et le tourisme archéologique?

Quoi qu'il en soit, les acteurs du tourisme et de l'archéologie sont dès à présent conduits à travailler main dans la main pour mettre sur pied des offres combinées de qualité, attrayantes et diversifiées. Avec, sur la durée, la perspective de générer des retombées financières propices à la pérennité et au développement de ce genre d'offre. Des retombées économiques qui, par ailleurs, faciliteraient sans doute une prise de conscience de la population et des autorités politiques suisses, souvent trop peu sensibles à la richesse et à l'intérêt du patrimoine archéologique local.



© ArchaéoConcept

▲
Touristiker und Archäologen
arbeiten Hand in Hand.

▲
Acteurs du tourisme et de
l'archéologie travaillant main
dans la main.

SWISS TOURIST INDUSTRY

Summary

This workshop did not produce a specific archaeological offering for the tourist sector, but it certainly established a dialogue which revealed the strengths and weaknesses of what archaeology brings to Swiss tourism, and what the tourism industry offers archaeology.

A series of proposals were made on the basis of existing projects and in the light of current themes, including the effects of mobility and the impact of new technologies on both the tourism industry and archaeology.

RIFLESSIONI SULLO SVILUPPO DI UN PRODOTTO TURISTICO NEL CAMPO DELL'ARCHEOLOGIA IN SVIZZERA

Riassunto

Sebbene i risultati di questo workshop non abbiano confluito nello sviluppo di un prodotto turistico nell'ambito dell'archeologia svizzera, essi hanno tuttavia permesso di stabilire un dialogo che dimostri i benefici e le debolezze dell'offerta archeologica per il turismo, i vantaggi e le mancanze nell'organizzazione del turismo per la promozione dell'archeologia. Vengono in seguito espresse una serie di proposte basate su dei progetti esistenti e delle raccomandazioni che riprendono temi attuali quali la mobilità o l'avvento delle nuove tecnologie nel campo del turismo e dell'archeologia.



▲
Virtuelle Wiederaufbau des Klosters
wie im Film «*Romainmôtier
rétrospective(s)*».

▲
Evocation en images virtuelles telle
qu'elle est présentée dans le film
«*Romainmôtier rétrospective(s)*».

Die Region Yverdon-les-Bains und die Europäische Föderation der Cluniazensischen Stätten

Ein Beispiel für Öffentlichkeitsarbeit und Marketing geschichtlicher und archäologischer Stätten

La région Yverdon-les-Bains et la Fédération Européenne des Sites Clunisiens

Relations publiques et marketing
des sites historiques et archéologiques,
un exemple

Michel Gaudard, Sébastien Lassueur und Antje von Mark

Die Europäische Föderation der Cluniazensischen Stätten

Einleitung

2012 zählte die Europäische Föderation der Cluniazensischen Stätten mehr als einhundertfünfundsechzig Stätten, 90 Kultur- und Tourismusvereine, sowie mehrere hundert Einzelmitglieder. In den letzten Jahren wurde sie stark ausgebaut. Die Föderation verfolgt seit ihrer Gründung im Hinblick darauf, die cluniazensischen Stätten zu verbinden, verschiedene Ziele:

- Inwertsetzung der cluniazensischen Standorte als solche;
- Kartierung des europaweiten Netzwerks, das die Mönche von Cluny im Mittelalter aufgebaut haben;
- Bewerben des Cluniazenser-Kulturerbes in der Öffentlichkeit.

Es zeigt sich, dass die Begründer der Föderation von Anfang an darum bemüht waren, die cluniazensische Welt von vor mehreren hundert Jahren wiederzubeleben und unter Berücksichtigung der sozialen, kulturellen und touristischen Perspektiven, die sich zu Beginn des 21. Jahrhunderts eröffnen, neu entstehen zu lassen.

Ein europaweites Netzwerk

Die am Beginn des 2. Jahrtausends gegründete Cluniazenser-Reformbewegung hat einen bedeutenden Beitrag zur Gestaltung des heutigen Europas geliefert. Daher ist die Geschichte des Cluniazenser-Mönchtums für uns Europäer im 21. Jahrhundert eine Erinnerungspflicht.

In gewisser Weise handelt es sich darum, einen Beitrag zum Wiederaufbau eines kulturellen und sozialen Europas im Gegensatz zu einem rein wirtschaftlichen Europa zu liefern.

Die Feierlichkeiten zum 1100. Jahrestag der Gründung der Abtei von Cluny im Jahr 2010 gaben Anlass, die Präsenz der Cluniazenser-Reformbewegung in der europäischen Kulturlandschaft zu veranschaulichen. Bei dieser Gelegenheit wurde den Abgeordneten und den Vertretern der Cluniazenser-Orte eine Charta vorgestellt, die einstimmig angenommen wurde. Diese 2010 unterzeichnete Charta zu einer gemeinsamen europäischen Kulturpartnerschaft wurde zu einer Art Gründungstext des europäischen Cluniazenser-Kulturraumes, *ECCE (Espace Culturel Clunisien Européen)*.

Das Netzwerk, das durch die herausragenden Orte der Cluniazenser-Geschichte gebildet wird, ermöglicht es, europaweite Routen zu rekonstruieren, in einer neuen Form von Tourismus, die Kultur umfassend auf lebendige Art und Weise zum Ausdruck bringt.

Michel Gaudard, Sébastien Lassueur et Antje von Mark

La Fédération Européenne des Sites Clunisiens

Préambule

En 2012, la Fédération compte plus de cent soixante-cinq sites, 90 associations culturelles et touristiques et plusieurs centaines d'adhérents privés. Son extension s'est fortement accentuée ces dernières années. Dès sa création, la Fédération, dans le but de restituer à des sites dispersés l'appartenance à une identité clunisienne commune, s'est donné les objectifs suivants:

- Valoriser les sites clunisiens en tant que tels
- Redessiner sur la carte de l'Europe le réseau que les moines de Cluny avaient tissé au Moyen Age
- Promouvoir le patrimoine clunisien auprès du public

On s'aperçoit que, dès le départ, les fondateurs de la Fédération avaient le souci de créer quelque chose à l'échelle de ce que fut le monde clunisien il y a plusieurs siècles et de le transposer à la lumière des perspectives citoyenne, culturelle et touristique qui s'ouvrent en ce début du 21^e siècle.

Un réseau européen

L'épopée clunisienne au début du 2^e millénaire a pris une part importante dans la construction de ce que l'on appelle aujourd'hui l'Europe. Dès lors, remémorer au 21^e siècle l'histoire de ce monachisme clunisien est un devoir de mémoire pour les Européens que nous sommes.

C'est en quelque sorte participer à la reconstruction d'une Europe de la culture, d'une Europe des sociétés par opposition à une Europe uniquement économique.



◀ Ein Netzwerk von europaweiten Wege rekonstruieren, das durch die herausragenden Orte der Cluniazenser-Geschichte gebildet wird.

◀ Créer un réseau patrimonial, citoyen, historique et culturel en Europe en partant des différents lieux, localités où s'est implanté l'ordre de Cluny.

Der Europäische Cluniazenser-Kulturraum ECCE

Die Entwicklung der Föderation neu überdenken

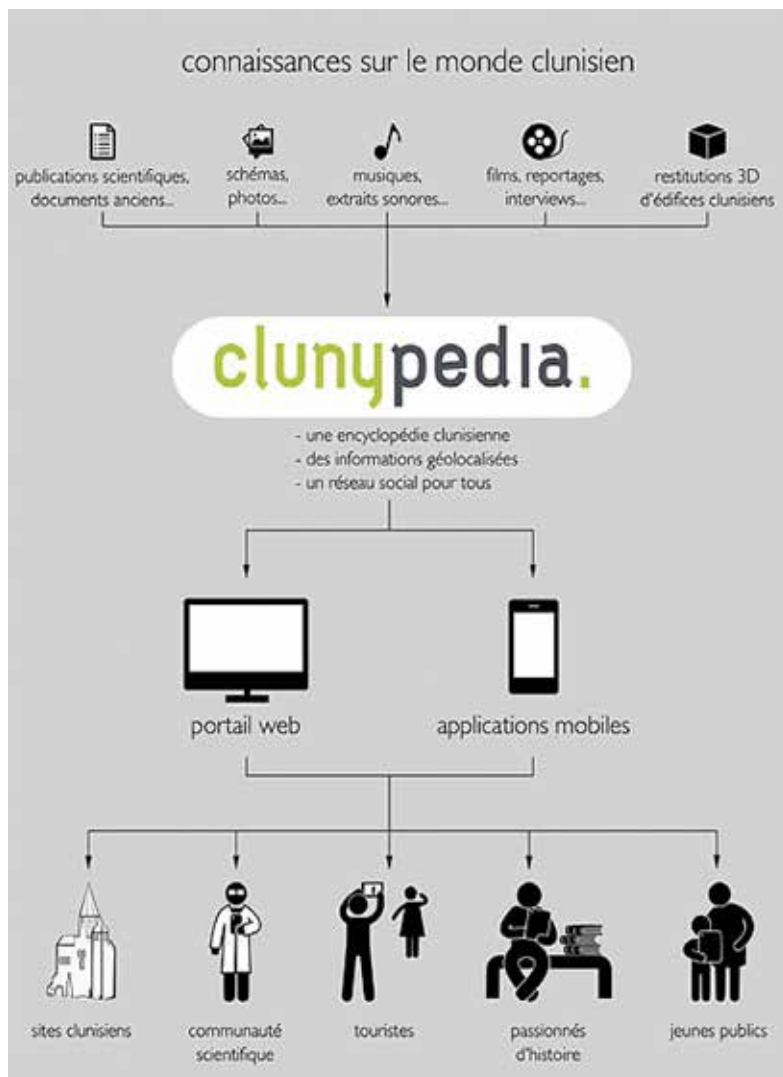
Wie oben erwähnt, waren die Jahre 2009–2010 für die europäische Föderation der Cluniasenzischen Stätten sehr aufschlussreich. Die Gedenkfeiern zur Gründung von Cluny und zu 1100 Jahren Cluniazenser-Geschichte haben ihre Energie und Fähigkeit, Events auf europäischer Ebene zu organisieren, unter Beweis gestellt. Diese Jahrestage waren ein voller Publikumserfolg. Sie haben die Bedeutung der Föderation unter den internationalen kulturhistorischen Vereinen herausgestellt und die Berechtigung neuer Zielsetzungen gezeigt.

Seitdem entwickelt und setzt die Föderation ihr neues Grossprojekt für das Jahrzehnt 2010–2020 um: den europäischen Cluniazenser-Kulturraum im Hinblick auf zwei Zielsetzungen vorzubereiten:

- Clunypedia
- Die Cluniazenser-Kulturwege

▼
Clunypedia, eine relationale Datenbank.

▼
Clunypedia, une base de données protéiforme



En 2010, les commémorations du 1100e anniversaire de la fondation de l'abbaye de Cluny ont apporté une exceptionnelle visibilité du monde clunisien dans le paysage culturel européen. A cette occasion, une charte clunisienne a été présentée aux élus et aux représentants des sites clunisiens qui l'ont adoptée à l'unanimité. Cette charte devient ainsi une sorte de texte constitutif de cet espace de la culture, l'ECCE, Espace Culturel Clunisien Européen.

Le maillage de hauts-lieux de l'histoire clunisienne permet de reconstituer en Europe des itinéraires répondant à cette nouvelle forme de tourisme où la culture, avec toutes ses composantes, s'exprime de manière vivante.

L'Espace Culturel Clunisiens Européens (ECCE)

Repenser le développement de la Fédération

Comme énoncé plus haut, les années 2009–2010 ont été très révélatrices pour la Fédération. Les commémorations de la naissance de Cluny et de onze siècles d'histoire clunisienne ont mis en évidence sa vitalité et sa capacité à organiser des événements à l'échelle européenne. Ces anniversaires, véritables succès publics, lui ont fait prendre conscience de son importance dans le paysage culturel et historique international et du fait qu'elle pouvait légitimement nourrir de nouvelles ambitions.

Depuis lors, la Fédération conçoit et met en œuvre son nouveau projet d'envergure pour la décennie 2010–2020: rendre opérationnel un espace culturel clunisien européen selon deux axes principaux.

- Clunypedia
- Les Chemins de Cluny

Clunypedia, un projet en devenir

La Fédération choisit de s'appuyer sur les nouvelles technologies pour faire progresser la recherche et la connaissance clunisiennes, et les mettre à portée de tous. Cette démarche, intitulée Clunypedia, s'inscrit dans l'histoire récente de Cluny, véritable laboratoire expérimental des nouvelles technologies appliquées au patrimoine.

Chaque site clunisien est dépositaire d'une parcelle de l'héritage culturel et patrimonial de Cluny. Dans le cadre de l'espace culturel clunisien européen, la démarche Clunypedia s'appuie sur la constitution d'une base de données clunisiennes inédite, rassemblant l'ensemble des informations (textuelles, iconographiques, archéologiques, numériques, etc.) relatives au phénomène clunisien et aujourd'hui éparpillées dans le monde entier. Elle est envisagée pour être accessible à tous sur plusieurs supports, fixes ou mobiles. Cette base de données, consultable, permettra la mise en place d'applications touristiques, culturelles, pratiques.

Clunypedia, ein Projekt in der Entwicklung

Die Föderation hat sich dazu entschlossen, neue Technologien zu nutzen, um die Erforschung und den Wissensstand zur Cluniazenser-Reformbewegung voranzutreiben und für alle zugänglich zu machen. Diese Vorgehensweise, Clunypedia, ist Teil der neueren Geschichte von Cluny, es handelt sich um ein regelrechtes Labor zur Erprobung von neuen, auf das Kulturerbe angewandten Technologien. Jeder Cluniazenser-Ort verwahrt einen Teil des kulturellen und denkmalpflegerischen Erbes des Cluniazenser-Ordens. Die Einrichtung der Clunypedia-Datenbank im Rahmen des europäischen Cluniazenser-Kulturräumens basiert auf unveröffentlichten Daten. Hier werden alle Informationen (Texte, Bilder, archäologische Daten, digitale Daten etc.) im Zusammenhang mit der Cluniazenser-Reformbewegung, die zurzeit in der ganzen Welt verstreut sind, zusammengeführt. Die Datenbank soll über verschiedene feste oder mobile Datenträger öffentlich zugänglich sein. Derart abrufbar, wird sie die Entwicklung von touristischen, kulturellen und praktischen Applikationen fördern.

Die Erstellung der Cluniazenser-Datenbank basiert unter anderem auf der Geolokalisierung der Standorte. Ausgehend von einer Karte, erhält man Zugang zu einem Standort. Auf der jeweiligen «Karteikarte» des Standortes, gelangt man zu den zugehörigen Informationen. Die bestehende denkmalpflegerische Substanz wird in einem dreidimensionalen Modell dargestellt. Dieses ist leichtgängig und kann mit der Bausubstanz anderer Stätten verglichen werden. Ähnlich wie bei einem sozialen Netzwerk, wird diese Schnittstelle durch eine weitere ergänzt. Jeder Standort speist seine Seite durch Aktuelles, sowie kulturelle und touristische Informationen. Jede Seite belebt so ein lebendiges kulturelles und soziales Netzwerk, das für alle zugänglich und mit den bestehenden sozialen Netzwerken verbunden ist (Facebook, Twitter...), ebenso wie mit anderen vergleichbaren internationalen Netzwerken (wie das von der *Union Française des Itinéraires Culturels* (UFIC) geförderte Internet-Projekt der Kulturwege).

Die Nutzung der neuen Technologien treibt die Kenntnis zur Geschichte und die Entdeckung des Cluniazenser-Kulturerbes voran. Es ist eine Pflicht, der Öffentlichkeit Zugang zu unserer gemeinsamen Geschichte und unserem gemeinsamen Kulturerbe zu ermöglichen. Dies ist dringend notwendig, da das heutige, im Aufbau befindliche Europa nach Bezugspunkten sucht. Die Föderation, die sich auf gemeinsame kulturelle und soziale Werte stützt, möchte Ansätze entwickeln, um auch die anderen europäischen Staaten mit einzubeziehen.

La constitution de la base de données clunisiennes est fondée sur la géolocalisation. D'une carte, on accède à un site. Une fois sur la «fiche» dudit site, on accède à ses informations. Son patrimoine subsistant, modélisé (en trois dimensions), est manipulable et peut être comparé à celui d'autres sites. Cette interface est complétée par une autre, comparable à un réseau social. Chaque site alimente sa page par des actualités et des informations culturelles et touristiques. Sa page anime ainsi un réseau culturel et citoyen vivant accessible à tous, connecté avec les réseaux sociaux existants (Facebook, Twitter...) et avec ceux d'autres réseaux internationaux comparables (comme la démarche numérique engagée par l'Union française des Itinéraires culturels).

Cette démarche dans le domaine des nouvelles technologies sera au service de la connaissance de l'histoire et de la découverte du patrimoine clunisien. Donner au plus grand nombre accès à notre histoire et à notre patrimoine communs est un devoir, une nécessité d'autant plus forte que l'Europe qui se construit aujourd'hui est en recherche de repères. La Fédération, qui se fonde sur des valeurs culturelles et citoyennes partagées, entend développer des outils permettant aux peuples cousins d'Europe de se sentir de la même famille.

Les Chemins de Cluny

Le deuxième axe pour rendre opérationnel l'espace culturel clunisien européen (ECCE) est de permettre l'itinérance dans cet espace. Pour ce faire, la Fédération lance, entre autres, un programme intitulé «Les Chemins de Cluny».

Ce programme propose plusieurs approches concomitantes pour rendre visibles sur le terrain la création de chemins dans les pays où l'on trouve des lieux détenteurs de patrimoine clunisien et faisant partie de la FESC.

Le concept des Chemins de Cluny est constitué de trois approches:

Approche 1: Les Chemins de Cluny se déclinent selon plusieurs thèmes dont l'histoire clunisienne et la citoyenneté européenne mettant en valeur la rencontre et l'échange.

Approche 2: Les chemins de Cluny sont aussi des itinéraires pédestres reliant autant que faire se peut les sites clunisiens et seront balisés en conséquence. Dans certains cas, lorsque les sites sont trop éloignés, il convient de préparer des itinéraires utilisant les moyens de transport publics ou privés.

Die Cluniazenser-Kulturwege

Das zweite Projekt, um den Europäischen Cluniazenser-Kulturraum (ECCE) zu verwirklichen, hat die Einrichtung von Kulturwegen innerhalb dieses Raumes zum Ziel. Um dies zu verwirklichen, entwickelt die Föderation unter anderem das Programm «Cluniazenser-Kulturwege» (*Les Chemins de Cluny*).

Dieses Programm beinhaltet mehrere parallele Ansätze, um in den Mitgliedsstaaten der Europäischen Föderation der Cluniazensischen Stätten die Einrichtung von Cluniazenser-Kulturwegen im Gelände zu kennzeichnen.

Das Konzept der Cluniazenser-Kulturwege beinhaltet drei Ansätze:

Ansatz 1: Die Cluniazenser-Kulturwege umfassen mehrere Themenbereiche, darunter die Geschichte des Cluniazenser-Ordens und die europäische Identität als Grundlage für Begegnung und Austausch.

Ansatz 2: Die Cluniazenser-Kulturwege sind auch Wanderwege, sie sollen die Cluniazenser-Orte verbinden und werden dementsprechend ausgedeutet. Wenn die Orte zu weit auseinander liegen, sollen in diesen Fällen Verbindungen mit öffentlichen oder privaten Verkehrsmitteln vorgesehen werden.

Ansatz 3: Für die Cluniazenser-Kulturwege sollen Informations- und Kommunikationstechniken genutzt werden, um das materielle und geistige Cluniazenser-Kulturerbe aufzuwerten und die Begehung der Wanderstrecken zu erleichtern.

In Frankreich zeigten mehrere Regionen, die Teil des europäischen Cluniazenser-Kulturraumes sind, Interesse an der Einrichtung von Wanderwegen, um die Orte, die zu unserem Netzwerk gehören, miteinander zu verbinden: Franche-Comté, Auvergne, Île-de-France und Aquitaine, um nur diese vier Regionen zu nennen. Unter der Einrichtung von Wanderwegen wird vor allem die Nutzung von bereits bestehenden und gekennzeichneten Wegen verstanden, wie die Jakobswege oder andere Wanderwege. In der Schweiz handelt es sich bei der von diesem Projekt betroffenen Region um das mittelalterliche Burgund jenseits des Jura, d.h. die heutige Westschweiz.

Romainmôtier 2010

Romainmôtier hat sich an den Gedenkfeiern zur Gründung der Abtei von Cluny aktiv beteiligt. Unter dem Motto «Romainmôtier 2010» wurden mehrere Veranstaltungen organisiert:

Approche 3: Les chemins de Cluny mettront en évidence les TIC (techniques de l'information et de la communication) pour mettre en valeur le patrimoine matériel et immatériel clunisien et faciliter les déplacements.

En France, plusieurs régions situées dans l'Espace culturel clunisien sont intéressées par la création de chemins pédestres, pour relier les sites faisant partie de notre réseau; la Franche Comté, l'Auvergne, la région parisienne, le Sud-Ouest pour ne citer que ces quatre régions. Attention, par création, on entend surtout l'emprunt d'itinéraires existants et reconnus comme les chemins de Saint-Jacques et d'autres sentiers de grandes randonnées. En Suisse, la région concernée par cette opération est l'itinéraire culturel clunisien de la Bourgogne transjurane.

Romainmôtier 2010

Romainmôtier participa de manière active aux commémorations de la fondation de l'abbaye de Cluny. Sous le l'appellation «Romainmôtier 2010», plusieurs manifestations furent organisées parmi lesquelles on peut citer:

- une exposition exceptionnelle montrant la reconstitution du monument funéraire du prieur Henri de Sévery, monument détruit par l'iconoclasme de la Réforme et
- la création d'un film de synthèse en 3 D «Romainmôtier, rétrospective(s)».

Dans les deux cas, les fouilles archéologiques organisées à Romainmôtier pendant plusieurs décennies ont été un des éléments moteurs pour réécrire l'histoire du site clunisien.

Le film «Romainmôtier rétrospective(s)»... comment l'archéologie réécrit l'histoire

La réalisation de ce film fut possible grâce à une collaboration avec la Fédération. Elle a été confiée aux ingénieurs de l'Ecole nationale des Arts et Métiers de Cluny qui est installée dans l'ancienne abbaye et à l'entreprise on-situ spécialisée dans la conception de film en trois dimensions. Ce film est de la même veine que celui que l'on peut voir à Cluny sur la Maior Ecclesia.

L'archéologie joua un rôle de premier plan dans l'élaboration du scénario. En effet, Peter Eggenberger, archéologue et historien apporta sa caution scientifique à l'élaboration de cette fresque historique. Il a dirigé pendant plusieurs décennies le chantier des fouilles archéologique sur le site de l'abbatiale et ainsi a pu, en quelque sorte, réécrire et préciser l'histoire telle que nous la connaissons à Romainmôtier.

- eine herausragende Ausstellung, die die Rekonstruktion des Grabmals des Priors Henri de Sévery zeigt, ein Monument, das beim reformatorischen Bildersturm zerstört worden war, sowie
 - die Herstellung eines gerenderten dreidimensionalen Films «*Romainmôtier, rétrospective(s)*».
- In beiden Fällen waren die archäologischen Ausgrabungen, die in Romainmôtier während der letzten Jahrzehnte stattfanden, der Auslöser zur Erforschung der Geschichte dieses Cluniazenser-Ortes.

Der Film «Romainmôtier rétrospective(s)»... wie die Archäologie die Geschichte neu schreibt

Die Herstellung dieses Films war dank einer Zusammenarbeit mit der Föderation möglich. Sie wurde den Ingenieuren der Ecole nationale des *Arts et Métiers de Cluny*, die sich in der alten Abtei befindet, sowie einem vor Ort ansässigen Unternehmen, das sich auf die Konzeption dreidimensionaler Filme spezialisiert hat, übertragen. Der Film wurde in der gleichen Art konzipiert wie derjenige, den man in Cluny über die *Maior Ecclesia* sehen kann.

Die Rolle der Archäologen war bei der Ausarbeitung des Drehbuchs massgeblich. Der Archäologe und Historiker Peter Eggenberger betreute die Analyse der baugeschichtlichen Entwicklung vom wissenschaftlichen Standpunkt aus. Er leitete über mehrere Jahrzehnte die Ausgrabungen am Standort der Abtei und konnte so gewissermassen die Geschichte von Romainmôtier neu schreiben und erläutern. Peter Eggenberger beriet den Filmregisseur und die Filmingenieure, damit diese ausgehend von dem zweidimensionalen Grabungsplan die dritte Dimension schaffen konnten. Der Archäologe wurde also auch zum Historiker. Das Ergebnis dieser Zusammenarbeit ist eine spannende Geschichte der verschiedenen Bauphasen des Klosters von Romainmôtier von den ersten Jahrhunderten bis heute. Die verschiedenen, von den Mönchen vor mehr als 1500 Jahren errichteten Bauten werden lebensnah vorgeführt.

Dieser 17 Minuten dauernde Film kann vor Ort in der Grange de la Dîme, in der auch die Ausstellung «*Romainmôtier revisité*» gezeigt wird, von März bis November täglich angeschaut werden. Weitere Informationen finden sich auf der Webseite www.romainmotier2010.ch.

Diese virtuelle, lebensnahe Darstellung wurde ebenso von den Besuchern wie den Historikern, Archäologen und Architekten gewürdigt. Selbst Kindern gefällt der Film besonders gut, wie die Kommentare im Besucherbuch zeigen.

Seit 2012 kann man in Romainmôtier ein 50-seitiges Portfolio, eine DVD, sowie Bilder aus dem Film erste-

Peter Eggenberger conseilla le metteur en scène, les ingénieurs pour qu'à partir du plan de fouille en deux dimensions ils puissent créer la troisième dimension. L'archéologue se transforma alors aussi en historien. Le résultat de cette collaboration est une fresque historique saisissante des différentes étapes du site monastique de Romainmôtier depuis les premiers siècles à nos jours. On peut voir, comme si on y était, les différentes constructions érigées par les moines durant plus de quinze siècles.

Ce film de 17 minutes est visible sur place dans la Grange de la Dîme, lieu de l'exposition «*Romainmôtier revisité*» tous les jours de mars à novembre (pour plus de détail consulter le site www.romainmotier2010.ch).

Cette évocation en images virtuelles plaît aussi bien aux visiteurs qu'aux historiens, archéologues et architectes. Les enfants, eux aussi, apprécient particulièrement le film si l'on croit les commentaires laissés sur le livre d'or.

Depuis 2012, on peut se procurer à Romainmôtier un porte-folio d'une cinquantaine de pages avec le DVD du film et une iconographie tirée du film. Les légendes des images forment ainsi un résumé passionnant de l'histoire des églises qui ont vu le jour à Romainmôtier. Le DVD comprend les versions du film dans trois langues, anglais, allemand et français; de même les textes du porte-folio sont imprimés dans ces trois langues.



◀ Archäologische Ausgrabungen im Kloster von Romainmôtier.

◀ Chantier des fouilles archéologique sur le site de l'abbatiale à Romainmôtier.



hen. Die Bildlegenden ergeben auch eine spannende Zusammenfassung der Baugeschichte der Kirchen in Romainmôtier. Die DVD gibt es in drei Sprachen, Englisch, Deutsch und Französisch; auch die Texte des Portfolios sind in diesen drei Sprachen gedruckt.

Die Europäische Föderation der Cluniazensischer Stätten in der Schweiz Ein Beispiel für Regionalentwicklung: der Cluniazenser-Kulturweg in der Westschweiz

Bei dem Cluniazenser-Kulturweg in der Westschweiz handelt es sich um ein grenzübergreifendes Netzwerk, das in einer 58-seitigen Broschüre vorgestellt wird. In diesem Band werden die Cluniazenser-Orte in Frankreich und der Schweiz mit dem heutigen touristischen Marketing angepassten Argumenten beworben.

Am Beginn des 21. Jahrhunderts interessiert sich der Tourist, dieser «reisende Epikureer», gleichzeitig für Geschichte, Regionalkultur, für die verschiedenen Kulturdenkmäler, ob Bauten, materielle oder spirituelle Hinterlassenschaften. Er liebt es, authentische Dinge, Naturprodukte und traditionelle Handwerkstechniken zu entdecken. Dieses Bändchen im Format 10 cm x 20 cm stellt das grenzübergreifende Netzwerk dar und enthält eine Karte, die es ermöglicht, die Standorte zu bestimmen. Jeder Standort wird auf einer Doppelseite mit seinen Besonderheiten vorgestellt.

Die Broschüre dieses Kulturweges steht den Besuchern in den Cluniazenser-Orten zur Verfügung oder kann auf der Webseite www.sitesclunisiens.org bestellt werden.

La Fédération Européenne des Sites Clunisiens en Suisse

Un exemple de développement régional: l'itinéraire culturel clunisien de la Bourgogne transjurane

L'itinéraire culturel clunisien de la Bourgogne transjurane est un réseau transfrontalier. Celui-ci est présenté dans une brochure éponyme de 58 pages. Le fil conducteur de cette création est la promotion des sites clunisiens français et suisses au travers de paramètres porteurs en vogue dans le monde du marketing touristique actuel.

Le touriste, ce «voyageur-épicurien» du début du 21^e siècle, s'intéresse à la fois à l'histoire, à la culture régionale, à la découverte de différents patrimoines qu'ils soient bâtis, matériel ou immatériel. Il aime redécouvrir les choses vraies, les produits naturels et les savoir-faire du terroir. Ce fascicule de 10 cm sur 20 cm présente le réseau transfrontalier avec une carte qui permet de situer les sites. Chaque site est présenté sur deux pages et mettant en évidence ses particularités.

La brochure de cet itinéraire est à disposition du voyageur dans les sites clunisiens ou sur le site www.sitesclunisiens.org.

Les Chemins de Cluny en Suisse

Plusieurs éléments nous ont incités à apporter un complément à l'itinéraire culturel clunisien de la Bourgogne transjurane pour la Suisse:

- la mise en œuvre par la Fédération de l'Espace culturel clunisien européen avec son volet ouvert sur les Chemins de Cluny pour favoriser l'itinérance entre les sites clunisiens;

Die Cluniazenser-Kulturwege in der Schweiz

Mehrere Argumente haben uns dazu veranlasst, den Cluniazenser-Kulturweg in der Westschweiz fortzusetzen:

- die Realisierung der noch nicht abgeschlossenen Planung durch die Europäische Föderation der Cluniazensischen Stätten von Cluniazenser-Kulturwegen, um die cluniazensischen Orte zu verbinden;
- der von den Schweizer Cluniazenser-Orten geäußerte Wunsch, Wanderwege zu schaffen, um auch in der Schweiz, Wanderungen zu ermöglichen, die die Orte miteinander verknüpfen;
- die Möglichkeit, die Schweizer Cluniazenser-Kulturwege an die im französischen Jura geplanten Wege anzuhängen, um einen durchgehenden Weg bis nach Cluny zu schaffen.

Die Beschreibung von elf Wanderwegen, die die zwischen Bassins und Rougement gelegenen Schweizer Cluniazenser-Orte miteinander verbinden, wurde erarbeitet, wobei zu jeder Etappe eine «Wanderkarte» gehört. Diese Erstellung war mit der Unterstützung der Stiftung SuisseMobile möglich, die das Kartennetz des Bundesamtes für Landestopographie swisstopo zur Verfügung stellte.

Diese Wegbeschreibungen sind gratis am Bildschirm auf den folgenden Internetseiten abrufbar:

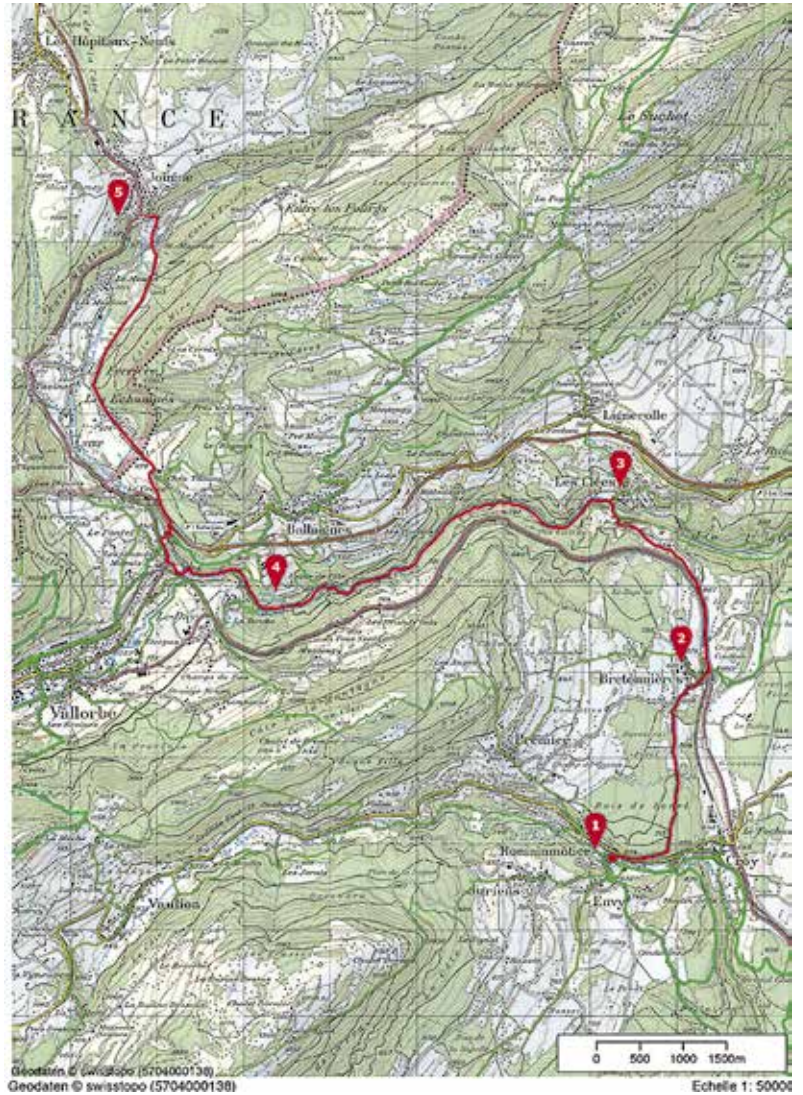
- die Europäische Föderation der Cluniazensischen Stätten (www.sitesclunisisens.org);
- die Seiten der Orte selbst;
- die Tourismusbüros des Cluniazenser-Kulturweges in der Westschweiz.

Jede einzelne Karteikarte ermöglicht den Zugang zu einer topographischen Karte, die genau den Wegverlauf anzeigt, wenn man den von SuisseMobile vorgesehenen Link anklickt. Der Benutzer der Karteikarte kann den Massstab der topographischen Karte auswählen und sie ausdrucken.

Auf jeder Karteikarte findet sich ein Link zur Karte der jeweiligen Etappe und ein Link zur kompletten Sammlung der Cluniazenser-Kulturwege in der Schweiz.

Fazit

Der Titel «Öffentlichkeitsarbeit und Marketing der historischen und archäologischen Stätten» deckt nur einen Teil der Aktivitäten und Ziele der Europäischen Föderation der Cluniazensischen Stätten ab. Tatsächlich ist es Ziel der Föderation dank ihres Netzwerkes und der zahlreichen Standorte, aus denen es sich zusammensetzt, den Europäischen Cluniazenser-Kulturraum startbereit zu machen. Dieser Kulturraum existiert heute lediglich auf dem Papier und soll durch die oben vorgestellten Projekte realisiert werden.



Geodaten © swisstopo (5704000138)
Geodaten © swisstopo (5704000138)
Echelle 1: 50000

▲ «Karteikarte» einer der elf Wanderwege, die die zwischen Bassins und Rougement gelegenen Schweizer Cluniazenser-Orte miteinander verbinden.

- la demande exprimée par les sites clunisiens suisses de créer des itinéraires pédestres pour permettre la pratique en terre helvétique de la randonnée pédestre reliant les sites entre eux;
- la possibilité de relier les itinéraires suisses aux Chemins de Cluny en préparation dans le Jura français pour permettre un cheminement jusqu'à Cluny.

Il a donc été réalisé la description de onze itinéraires pédestres reliant les Sites clunisiens suisses de Bassins à Rougement correspondant chacun à une étape figurée chaque fois sur une «fiche-itinéraire». Cette réalisation a été possible avec le concours de la Fondation SuisseMobile, qui a mis à disposition le réseau des cartes de l'Office fédéral de topographie swisstopo.

Ces fiches sont disponibles gratuitement sur la toile, sur les sites internet

- de la Fédération européenne des Sites clunisiens, (www.sitesclunisisens.org),

▲ «Fiche-itinéraire» d'un des onze itinéraires pédestres reliant les Sites clunisiens suisses de Bassins à Rougement.



Nach dem Leitsatz «Die Zukunft ist ein Geschenk der Geschichte» geben die Cluniazenser-Orte mehr denn je der Schaffung eines humanistischen, kulturellen Europas, das sich seiner Geschichte bewusst ist, Sinn.

Diskussionen anlässlich der Workshops

Ziele, Fragen und Ansätze

Die Diskussionen anlässlich der beiden Workshops gliederten sich um die drei folgenden Fragestellungen:

- Wie können historische und unterhaltsame Aspekte verbunden werden, damit die Cluniazenser-Kulturwege zu einem interessanten touristischen Angebot werden und durch Tourismus Schweiz vermarktet werden können?
- Wie kann Clunypédia startbereit gemacht werden?
- Wie kann der Film «Romainmôtier – rétrospective(s)» beworben werden?

Die Diskussionen in Bezug auf die Frage nach der Vermarktung der Cluniazenser-Kulturwege haben zunächst gewisse Risiken und Einschränkungen herausgestellt, die zu berücksichtigen sind:

- Die Entfernung zwischen den verschiedenen Orten (und das Fehlen von öffentlichen Verkehrsmitteln, um dorthin zu gelangen).
- Das Zielpublikum, bei dem es sich um ein «Nischenpublikum» handelt, das sich vor allem aus Interessierten und Spezialisten zusammensetzt.
- Die spirituelle Dimension der Orte, die vielleicht für einen Teil des Publikums weniger zugänglich ist.

Um diesen Problemen wirkungsvoll zu begegnen wurden von den Tagungsteilnehmern verschiedene Lösungen vorgeschlagen. Die Cluniazenser-Orte sol-

- des sites eux-mêmes,
- des offices du tourisme de l'itinéraire culturel clunisien de la Bourgogne transjurane.

Chaque fiche permet d'accéder à une carte topographique indiquant exactement le parcours en cliquant sur le lien proposé par *SuisseMobile*. L'utilisateur de la fiche peut choisir l'échelle de la carte topographique et l'imprimer.

Chaque fiche propose le lien pour la carte du trajet de l'étape en titre et le lien pour l'itinéraire complet des Chemins de Cluny en Suisse.

Conclusion

«Relations publiques et marketing des sites historiques et archéologiques», ce titre ne recouvre qu'une partie des activités et des ambitions de la Fédération européenne des Sites clunisiens. En effet, la Fédération, avec son réseau et les nombreux sites qui le composent, veut rendre opérationnel un Espace Culturel Clunisien Européen, espace qui existe déjà actuellement mais de manière virtuelle et consensuelle en mettant en œuvres les projets développés ci-dessus.

Les Sites clunisiens donnent plus que jamais du sens à la construction d'une Europe humaniste, culturelle consciente de son passé en tenant compte de la maxime suivante: «L'avenir est un présent que nous fait le passé».

Discussions lors des ateliers

Objectifs, questions et pistes

Les discussions lors des deux ateliers se sont articulées autour des trois questions suivantes:



len nicht nur untereinander kooperieren, sondern es soll auch eine Zusammenarbeit mit externen Partnern angestrebt werden. Hierzu wurden der Parc Jura Vaudois oder Via Storia als Beispiele angeführt. Manche zuvor markierte Wanderwege sind möglicherweise bereits Gegenstand einer Vermarktung (Wanderung mit Führung, etc.) durch Partner wie *Swiss Trails*, *Café de Tour* oder Schweiz Tourismus. Bei der Vermarktung wird es notwendig sein, die wissenschaftlichen Informationen für ein breiteres Publikum zugänglich zu machen.

Der Start von Clunypédia könnte zusammen mit einer Inwertsetzungsaktion der Wanderwege erfolgen. Als Beispiel wurde die Organisation eines «Cluniazenser-Tages» erwähnt mit einer Informationsveranstaltung zu Clunypédia, aber auch mit Animationen, Vorführungen von (mittelalterlichem) Handwerk und Kostproben von Regionalprodukten. Die Diskussion um die Fragestellung der Bewerbung des Films «*Romainmôtier – rétrospective(s)*» hat zahlreiche Ideen erbracht:

- Vorstellung des Films bei Festivals von Filmen zur Archäologie (zum Beispiel Nyon, Besançon);
- Eine weitere Verbreitung über soziale Netzwerke und/oder Youtube anstreben;
- Verkauf des Films über die anderen Cluniazenser-Orte;
- Vorführung des Films in Schulen, gefolgt von einer Diskussionsrunde mit den Schülern;
- Zusammenarbeit mit anderen Museen.

Mehrere dieser Ideen können direkt übernommen werden, da sie schnell umgesetzt und geringe (oder keine) finanziellen Mittel benötigt werden. Diese Ide-

- Comment allier les espaces historiques et ludiques pour faire des Chemins de Cluny un produit touristiquement intéressant et commercialisable par Suisse Tourisme?

- Comment lancer Clunypédia?

- Comment promouvoir le film «Romainmôtier – rétrospective(s)»?

Les discussions autour de la question de la commercialisation des Chemins de Cluny ont d'abord mis au jour certains risques et contraintes qui sont à considérer:

- La distance entre les différents sites (et le manque de moyens de transports en commun pour y accéder).
- Le public cible, qui est un public de «niche», composé avant tout de passionnés et de spécialistes.
- La dimension spirituelle des lieux, peut-être moins parlante auprès de certains publics.

Afin de contrer efficacement ces problèmes, les solutions soumises par l'assemblée font appel à la collaboration des Sites Clunisiens, non seulement entre eux, mais également avec des partenaires extérieurs. Ont été cités en exemple le Parc Jura Vaudois ou Via Storia.

Certains itinéraires précédemment balisés peuvent déjà faire l'objet d'une commercialisation (balade guidée, etc.) par des partenaires tels que Swiss Trails, Café de Tour ou Suisse Tourisme. Lors de la commercialisation, un important travail de vulgarisation scientifique – afin de rendre l'information accessible au plus grand nombre – se doit d'être entrepris.

Le lancement de Clunypédia pourrait aller de pair avec une action de mise en valeur des itinéraires. Comme exemple, l'assemblée cite la mise sur pied



© ArchaenConcept

en gelten übrigens nicht nur für den Film «*Romainmôtier – rétrospective(s)*», sondern können auch auf die Bewerbung anderer touristischer Angebote mit geschichtlichem Inhalt angewandt werden.

Schlussfolgerungen

Der Film «*Romainmôtier – rétrospective(s)*», Ergebnis einer Arbeit, die moderne Technologie und Archäologie vereint, ist ein herausragendes Beispiel für Wissenschaftssensibilisierung. Der Besucher kann in kurzer Zeit die Geschichte eines Bauwerkes begreifen.

Das Projekt «Clunypédia» muss sich in dieselbe Wissenschaftssensibilisierung einfügen, mit Bebilderung und Hilfen zum Verständnis eines Baustils, eines Kulturerbes und einer Epoche, die gleichzeitig nah und weit entfernt, vertraut und fremd ist. Das noch ganz am Anfang stehende Projekt «Clunypédia» muss noch vertieft und weiterentwickelt werden, wobei die bei den Workshops erarbeiteten Ideen mit einbezogen werden müssen.

Das Cluniazenser-Kulturerbe verdient es, beim breiteren Publikum besser bekannt gemacht zu werden und bietet der Region eine internationale touristische Ausstrahlung. Für eine wirkungsvolle Vermarktung eines «Cluniazenser-Angebots» muss das touristische Angebot sich den sehr unterschiedlichen Erwartungen des Publikums anpassen: wissenschaftliche Diskussionen und Besichtigungen von Standorten für Spezialisten, pädagogische Cluniazenser-Kulturwege für die Sportlicheren, pädagogische Aktivitäten für Kinder, mittelalterliche «Impressionen» für die Neugierigsten.

d'une «Journée Clunisienne» avec une séance d'information sur Clunypédia, mais également avec des animations, des démonstrations d'artisanat (médiéval) et des dégustations de produits du terroir. La discussion autour de la question de la promotion du film «*Romainmôtier – rétrospective(s)*» a amené de nombreuses idées:

- Présentation du film lors de festivals de films d'archéologie (Nyon, Besançon par exemple)
- Travailler à partager plus amplement sur les réseaux sociaux et/ou sur Youtube
- Vente du film par le biais des autres sites Clunisiens
- Projection du film dans les écoles, suivie d'une séance question/réponses avec les élèves
- Collaboration avec d'autres musées

Plusieurs de ces idées étant rapidement applicables et demandant peu (ou pas) de frais, elles peuvent être directement reprises. Elles sont par ailleurs valables non seulement pour le film «*Romainmôtier – rétrospective(s)*», mais peuvent également s'appliquer à la promotion d'un autre produit historique-touristique.

Conclusions

Fruit d'un travail mêlant technologie moderne et archéologie, le film «*Romainmôtier – rétrospective(s)*» est un excellent exemple de vulgarisation scientifique, permettant au visiteur de comprendre l'histoire générale d'un monument en quelques minutes.

Le projet «Clunypédia» se doit de s'inscrire dans ce même mouvement de vulgarisation, d'illustration et d'aide à la compréhension d'un style, d'un patrimoine

Die Herausforderung, der sich die Föderation der Cluniazensischen Stätten in Partnerschaft mit dem Tourismus und den externen Anbietern annehmen muss, ist das unterschiedliche Setting eines einzigartigen Kulturerbes: es handelt sich nicht darum, «alte Steine» zu zeigen und sie zu datieren, sondern den Besuchern unabhängig von Alter und Wissensstand die Möglichkeit zu geben, etwas (wieder) zu erleben, zu spüren und dabei auf unterhaltsame Weise etwas zu lernen.

Unsere Rolle beschränkt sich nicht darauf, nur «die Steine zum Sprechen zu bringen», sondern auch dem Besucher die entsprechenden Werkzeuge in die Hand zu geben, die es ihm ermöglichen, den Steinen zuzuhören.

et d'une époque à la fois proches et lointains, à la fois familiers et étrangers. Actuellement encore à l'état embryonnaire, le projet «Clunypédia» mérite d'être encore approfondi et développé, tout en prenant compte des idées issues des ateliers de travail.

Le patrimoine Clunisien mérite d'être connu par le grand public et offre un rayonnement touristique international à la région. Pour une commercialisation efficace d'un «produit Clunisien», l'offre touristique se doit de répondre aux attentes de publics très différents: discussions scientifiques et visites de sites destinées aux spécialistes, chemins de Cluny didactiques pour les plus sportifs, animations pédagogiques pour les enfants, «impressions» médiévales pour les plus curieux.

Le défi que se doit de relever la Fédération des Sites Clunisiens, en partenariat avec le tourisme et les prestataires externes, est celui de la mise en scène de diverses manières d'un patrimoine unique: il ne s'agit pas simplement de montrer des «cailloux» et de les dater, mais de permettre aux visiteurs de tout âge et de tout horizon de (re-)vivre, de ressentir et de se divertir tout en apprenant.

Notre rôle est ne se borne pas uniquement à faire «parler les pierres», mais également à donner au public les outils nécessaires pour lui permettre de les écouter.

PUBLIC RELATIONS AND THE MARKETING OF HISTORICAL AND ARCHAEOLOGICAL SITES: THE EXAMPLE OF THE YVERDON-LES-BAINS REGION AND THE EUROPEAN FEDERATION OF CLUNISIAN SITES.

Summary

This workshop presented the work of the European Federation of Clunisian Sites, an association founded in 2012 and covering 165 Clunisian sites across France, Switzerland, Italy, Germany, Spain, England and Scotland. The focus was on activities conducted in Romainmôtier and the northern part of Vaud, which include the launch of Clunipédia, the promotion of a film about Romainmôtier, and some entertaining ways of marketing the Chemins de Cluny.

RELAZIONI PUBBLICHE E MARKETING DEI SITI STORICI E ARCHEOLOGICI, UN ESEMPIO: LA REGIONE YVERDON-LES-BAINS E LA FEDERAZIONE EUROPEA DEI SITI CLUNIACENSI

Riassunto

Durante questo workshop, sono stati dapprima presentati i lavori compiuti in seno alla Federazione europea dei Siti cluniacensi, un'associazione che raggruppa nel 2012 più di 165 Siti cluniacensi ripartiti tra Francia, Svizzera, Italia, Germania, Inghilterra e Scozia. L'accento viene posto sulle azioni condotte in particolare a Romainmôtier e nella regione del Nord vodese. Le discussioni hanno condotto alla commercializzazione in maniera ludica dei «Sentieri di Cluny», al lancio di Clunipedia e alla promozione di un film film su Romainmôtier.



Ideen und Umsetzungsformen zur Zusammenarbeit im Themenbereich «Tradition und Brauchtum»

Authentizität – Tradition – Brauchtum

Idées et mise en pratique pour une collaboration dans le domaine
«Traditions et coutumes»

Authenticité, traditions et coutumes



© Switzerland Tourism – BAFU, Parco Nazionale del Locarnese

Serge Volken und Samuel Zuberbühler

Einleitung

Mit den Sommeraktivitäten 2013 setzt Schweiz Tourismus den Schwerpunkt auf die Themen Authentizität, Tradition und Brauchtum in der Schweiz. Die Verbindungen von Tourismus zu Kultur und Brauchtum bieten dem Schweizer Tourismus ein reiches Themenfeld, gerade im Einbezug der lokalen Bevölkerung und im Interesse der Erhaltung von lokalen Traditionen. Archäologie und Kulturpflege spielen dabei eine wichtige Rolle. In diesem Workshop wurden Ideen und Umsetzungsformen der Zusammenarbeit in diesem Themenbereich aufgezeigt.

Serge Volken et Samuel Zuberbühler

Introduction

Lors des activités de l'été 2013, Suisse Tourisme a mis l'accent sur les thèmes de l'authenticité, de la tradition et des coutumes en Suisse. Les relations du tourisme avec la culture et les coutumes en Suisse offre un champ thématique vaste au tourisme, en intégrant notamment la population locale dans l'intérêt de la perpétuation de traditions locales. Archéologie et sauvegarde du patrimoine culturel jouent un rôle important à cet égard. Le but de cet atelier était de mettre en évidence idées et pratiques pour une collaboration dans ce domaine.

Dans l'introduction à cet atelier, Samuel Zuberbühler a présenté quelques résultats issus de différents sondages effectués dans le domaine du tourisme. Les demandes de destinations de vacances authentiques, originales et gratifiantes, occupent une place très importante. Pour environ 50% des personnes interrogées, les valeurs culturelles sont un besoin (Tourismus Monitor Schweiz (TMS) 2010). D'après un sondage effectué en Allemagne, le le souhait de pouvoir visiter des sites qui sont inaccessibles en temps normal occupe la quatrième place. Le caractère unique est attendu. Il nous a été possible de dégager quelques indications pratiques sur la base d'ateliers similaires organisés auparavant par Suisse Tourisme (Atelier «*Brücke schlagen zwischen Tourismus und Kultur*», 17 août 2012). Par la suite, Serge Volken a introduit le thème «Artisanat, traditions et coutumes» en évoquant quelques exemples. La majeure partie de l'artisanat traditionnel appartient à des époques du passé et à des marchés qui n'existent plus. Autrefois, les biens étaient chers et le travail bon marché, aujourd'hui c'est l'inverse. Dans notre économie de marché moderne, le travail individuel semble obsolète, car l'homme ne parvient plus à subvenir à ses besoins en travaillant de ses propres mains. Dans sa lutte existentielle, il a besoin de synergies avec d'autres domaines. Deux de ces domaines, l'archéologie et le tourisme, ont constitué les thèmes principaux du premier volet de ce groupe de travail. L'artisanat est un terme très vaste, et par conséquent chacun s'en fait sa propre idée. De ce fait, il faut définir au préalable ce que nous entendons par ce terme, plus spécifiquement dans le contexte de notre atelier. On pense plus particulièrement à des personnes qui exercent des activités manuelles en relation avec des activités traditionnelles ou du passé. Qu'il s'agisse de métiers à plein temps, de loisirs ou de travail à domicile ne revêt pas d'importance.

L'authenticité est demandée

Ce qui est attendu, c'est l'authenticité historique et ethnologique basée sur l'accumulation de connaissances et d'expériences relatives aux façons ances-



© AnimArc

Im einführenden Teil des Workshops stellte Samuel Zuberbühler einige Resultate verschiedener Umfragen aus dem Gebiet des Tourismus vor. Die Nachfrage nach authentischen Ferienzwecken, die ursprünglich und sinnvoll sind, nimmt einen sehr wichtigen Platz ein. Für knapp 50% aller Befragten sind kulturelle Werte ein Bedürfnis (Tourismus Monitor Schweiz (TMS) 2010). In einer Umfrage in Deutschland stand der Wunsch, Zutritt zu sonst nicht zugänglichen Bereichen zu finden, an vierter Stelle. Gefragt ist Einzigartigkeit. Gestützt auf frühere, ähnliche durch Schweiz Tourismus organisierte Workshops ähnlicher Art ergaben sich auch ein paar praktische Hinweise (Workshop «Brücke schlagen zwischen Tourismus und Kultur», 17. August 2012).

Serge Volken führte anschliessend anhand einzelner Beispiele das Thema Handwerk, Tradition und Brauchtum ein. Das meiste traditionelle Handwerk stammt aus Zeiten und für Märkte, die es nicht mehr gibt. Früher waren Güter teuer und Arbeit billig, heute ist es umgekehrt. In unserer modernen Marktwirtschaft scheint das Wirken des Handwerkers deshalb fehl am Platz. Es ist ihm kaum mehr möglich, seinen Lebensunterhalt mit den eigenen Händen zu erwirtschaften. Im Kampf um die Existenz des traditionellen Handwerks benötigt man Synergien mit anderen Bereichen. Zwei dieser Bereiche, Archäologie und Tourismus gehörten zu den Hauptthemen des ersten Teils dieser Arbeitssitzung.

Handwerk ist ein weitläufiger Begriff, den wir vorerst in Bezug auf unseren Workshop definieren müssen. Mit Handwerker sind jene Personen gemeint, die manuelle Tätigkeiten vergangener oder

trales de penser et d'agir. Dans le tourisme, c'est un artisanat vivant qui est demandé. Pour l'archéologue, l'artisan est avant tout un transmetteur de connaissances et une source d'information potentielle. Des deux côtés, des exigences élevées sont posées quant à l'authenticité.

Les discussions, dans la mesure où elles occupaient la plus grande partie du temps imparti, ont montré à quel point l'authenticité est considérée comme importante. On a été préoccupé de constater que certaines personnes fournissent un travail peu sérieux et cherchent à renforcer leur crédibilité par des présentations dans des musées en plaçant leurs intérêts financiers au-dessus des intérêts culturels ou, pire encore, essayent de communiquer des idéaux du passé librement inventés, le tout bien mélangé avec des idées «*new-age*». La différence entre «*étal*» et «*stand d'information*» est souvent floue.

Du côté des participants, nous avons appris, à l'instar des fêtes romaines à *Augusta Raurica*, que des artisans sont choisis un à un d'après des critères bien définis, et recrutés dans l'Europe entière et que l'on n'hésite pas à se rendre d'abord sur place pour s'assurer de la qualité de leurs prestations. Cela a soulevé aussi la question de savoir comment définir de tels critères. Même l'archéologue en tant que connaisseur des objets n'est souvent pas en mesure de défendre scientifiquement l'authenticité des procédures de fabrication mises en œuvre, notamment lorsqu'il s'agit d'un artisanat qui a disparu depuis longtemps. La proposition de créer un label de qualité a été rejetée par tous car trop complexe. Un échange d'informations et de contacts a été unanimement considéré comme plus efficace dans un premier temps. La création d'une plateforme a été évoquée, mais la question se pose de savoir qui s'en occuperait, et si ce travail pourrait être accompli au sein des structures déjà existantes. L'exemple de l'association Animarc (www.animarc.ch), développée au sein des cercles universitaires, a également été présentée afin de montrer qu'il existe déjà des organisations qui transmettent et coordonnent une sélection d'offres diverses certifiées scientifiquement.

De l'importance des réseaux

Anne Vuillot (Vully-les-lacs Tourisme) a fait part de ses expériences recueillies lors de l'établissement d'un inventaire régional des offres proposées. Elle a insisté sur l'importance de cultiver les relations humaines, plus particulièrement quand il s'agit de respecter les exigences mais également la sphère privée des personnes impliquées. Il s'avère que la prise de contact individuelle et les discussions sont indispensables afin de constituer une véritable offre. Cela permet également de présenter aux touristes



traditioneller Aktivitäten ausüben. Ob es sich dabei um vollzeitliche Berufe, Hobby oder Heimarbeit handelt, sei dahin gestellt.

Authentizität ist gefragt

Gefragt ist historische und volkskundliche Authentizität, gestützt auf gesammelte Erkenntnisse und Erfahrungen früherer Denk- und Handlungsweisen. In der Touristik ist vor allem die Attraktivität des lebenden Handwerks erwünscht. Für den Archäologen ist der Handwerker als Wissensvermittler und potentielle Informationsquelle vorrangig. Es werden aber beiderseits hohe Anforderungen bezüglich Authentizität gestellt.

Wie wichtig Authentizität wahrgenommen wird, ging aus den Diskussionen hervor, denn dieses Thema nahm den grössten Teil der zur Verfügung stehenden Zeit in Anspruch. Man ist besorgt, dass Leute die unseriöse Arbeit leisten, ihre Glaubwürdigkeit durch Museumsauftritte zu stärken suchen und geschäftliche vor kulturelle Interessen stellen. Schlimmer noch sind die frei erfundenen Vergangenheitsideale vermischt mit «new-age» Vorstellungen die man unter die Leute bringen will. Die Grenze zwischen «Marktbude» und «Informationsstand» ist oft unklar.

Seitens der Teilnehmer erfuhren wir am Beispiel der Römerfeste in Augusta Raurica, dass Handwerker einzeln nach bestimmten Kriterien ausgesucht werden, dass man sie aus ganz Europa rekrutiert und sich sogar nicht scheut, diese vorerst zu besuchen, um sich der Qualität ihrer Angebote zu vergewissern. Dies warf auch die Frage auf, wie solche Krite-

des propositionen à la carte qui peuvent être intégrées à l'élaboration d'une excursion journalière personnalisée.

Enfin, le réseau local ainsi créé devrait aussi servir à trouver grâce à l'entremise des autorités locales le soutien nécessaire pour pérenniser ces attractions artisanales. De plus, les acteurs du tourisme peuvent agir en tant que médiateurs lorsque certaines initiatives communales, des soutiens et de l'aide facilitant l'accès aux ressources et aux locaux seront requises.

L'artisan: un représentant de la culture?

Les discussions autour de l'artisanat se sont focalisées sur les demandes et les exigences que l'on impose aux artisans. Le profil d'un artisan «idéal» serait une personne qui se consacrerait corps et âme à un métier du passé et qui serait en mesure d'en communiquer une image réaliste. Mais il doit aussi répondre aux idées que l'on se fait aujourd'hui d'une chose ou d'un métier qui a pratiquement disparu de la vie quotidienne. De plus, il serait souhaitable qu'il maîtrise les méthodes de la transmission du savoir et serve d'intermédiaire pour animer les présentations culturelles du passé. Et enfin, il devrait être disponible pour des événements à tout moment. En effet, il existe certaines de ces personnes extraordinaires qui ont développé de leur propre chef de tels programmes sur plusieurs années. Tous les ans, ils investissent des centaines d'heures pour éclaircir les mystères des anciens métiers. En ce qui concerne le savoir-faire artisanal, ils sont les gardiens d'un bien culturel immatériel. Ils fournissent des contributions remarquables à la compréhension des arte-



rien definiert werden können. Selbst der Archäologe als Objektkundiger sei oft nicht in der Lage, die Authentizität gezeigter Herstellungsweisen wissenschaftlich zu verteidigen, besonders wenn es sich um längst vergangenes Handwerk handelt.

Der Vorschlag, ein Qualitätslabel zu schaffen, wurde von allen als zu komplex verabschiedet. Vielmehr schien man sich zu einigen, dass vorläufig der gegenseitige Informations- und Adressenaustausch effizienter wäre. Die Kreation einer Plattform wurde zwar angedeutet, es stellt sich aber dennoch die Frage, wem eine solche Aufgabe zuteil käme, oder ob dies in bereits bestehende Strukturen einbezogen werden könnte. Am Beispiel des aus Universitätskreisen entsprungenen Vereins Animarc (www.animarc.ch) konnte auch vorgezeigt werden, dass es bereits Organisationen gibt, die eine Auswahl wissenschaftlich vertretbarer Angebote vermitteln und als Zweigstellen zu diversen Angeboten dienen.

Netzwerke sind wichtig

Anne Vuillot (Vully-les-Lacs Tourisme) teilte ihre Erfahrungen beim Zusammenstellen eines regionalen Inventars möglicher Angebote mit. Von ihr erfuhren wir, wie wichtig die Pflege menschlicher Kontakte ist, besonders wenn es darum geht, die Begehren, aber auch die Privatsphären zu berücksichtigen. Es geht eindeutig hervor, dass persönliche Kontaktaufnahmen und Gespräche notwendig sind, um eine echte Angebotsgestaltung zusammenzustellen. Dabei ergibt sich die Möglichkeit den Touristen massgeschneiderte Vorschläge zu bieten, die man in der Gestaltung einer personalisierten Tagesexkursion mit einbeziehen kann.

facts archéologiques en mettant en pratique les théories. Personne ne s'est posé la question de savoir ce qu'il advenait d'eux entre deux événements ou marchés historiques. Un vieux dicton paysan est dès lors d'actualité: «Celui qui veut récolter, doit semer et entretenir.» L'artisan est soumis au principe de l'économie du libre marché, et dans notre pays il n'a pas encore été possible de l'intégrer à la réflexion culturelle, du moins en ce qui concerne son soutien actif.

Traditions et coutumes

Le sujet suivant qui n'a pu être traité que très succinctement concerne la tradition et les coutumes. Dans ce domaine, le potentiel des offres est plus important pour les acteurs du tourisme, puisqu'il s'agit d'un sujet qui fait déjà partie de l'offre touristique en de nombreux endroits. La majeure partie de la tradition populaire locale se laisse parfaitement intégrer à l'image déjà établie de la «culture alpine» et au poncif du pays d'Heidi pour lesquels il existe déjà une demande, notamment chez les touristes qui viennent de très loin. Mais le tourisme local est également en quête de traditions authentiques. A ce propos, l'offre est immense, puisque de nombreuses occasions traditionnelles existent, qui s'adressent en premier lieu à la population locale, laquelle rejette notamment ces clichés relatifs aux Alpes. Etablir une liste des événements existants irait trop loin ici, mais on a pu constater qu'il s'agit de traditions qui pour la plupart sont plus récentes que les témoins archéologiques et ne remontent qu'à l'époque baroque, du moins dans leur présentation actuelle.

Ein so entstandenes lokales Netzwerk sollte letztlich auch dazu genutzt werden, um über die Vermittlung mit lokalen Autoritäten, Unterstützung zu finden. Im Hintergrund steht der Gedanke, dafür zu sorgen, dass es diese handwerklichen Attraktionspunkte weiterhin geben soll. Dazu sind kommunale Initiativen, Unterstützungen und Erleichterung für den Zugang zu Ressourcen und Räumlichkeiten gefragt, bei welchen der Touristiker die Aufgabe des Vermittlers nutzen sollte.

Der Handwerker: ein Kulturmensch?

Die Diskussionen um die Handwerker fokussierten sich auf Wünsche und Anforderungen, die man ihm stellt. Das Profil des «idealen» Handwerkers wäre eine Person, die sich mit Leib und Seele vergangenem Handwerk widmet und ein realistisches Bild davon vermitteln kann. Es soll aber auch den Vorstellungen entsprechen, die sich moderne Menschen von etwas machen, das im heutigen Alltagsleben kaum noch vorkommt oder gar nicht mehr gibt. Zudem wäre es gut wenn der Handwerker die Pädagogik der Wissensvermittlung im Griff hat und als unterhaltsames Vehikel der Kulturvorstellungen aus der Vergangenheit dient. Nicht zuletzt sollte er für punktuelle Events abrufbar sein. Tatsächlich gibt es einzelne solcher Wundermenschen, die auf eigener Initiative solche Programme über die Jahre hinaus erarbeitet haben. Sie investieren jährlich hunderte von Stunden, um vergessene Berufsgeheimnisse zu lüften. Was das handwerkliche Wissen anbelangt, sind sie die Hüter eines immateriellen Kulturgutes. Sie leisten bemerkenswerte Beiträge zum Verständnis archäologischer Artefakte, indem sie Theorien in Praxis umsetzten. Jedoch stellt keiner die Frage was zwischen zwei Events oder historischen Märkten mit ihnen passiert. Damit soll nur eine einfache Bauernweisheit angedeutet werden: Wer ernten will, muss auch säen und pflegen. Der Handwerker unterliegt dem Prinzip freier Marktwirtschaft und man hat es hierzulande noch nicht geschafft, ihn im Kulturdenken mit einzubeziehen, vor allem was die Kulturunterstützung anbelangt.

Tradition und Brauchtum

Das nächste Thema, zu welchem man sich nur sehr kurz äussern konnte, sollte die Tradition und Brauchtum ansprechen. Hier war das Angebotspotential für die Touristiker grösser, denn es handelt sich um ein Thema, das vielerorts bereits in das touristische Angebot mit einbezogen ist. Die erdrückende Mehrzahl lokaler Volkstradition lässt sich sehr gut in das bereits etablierte Bild der Alpenkultur und das Heidiland-Klischee integrieren, für welches die Nachfrage besonders bei Besu-



© AnimArc

Cela a soulevé la question des origines de traditions. A un moment donné, une tradition est née. Pourquoi ne serait-il pas possible dès lors qu'une tradition soit mise en place aujourd'hui? Deux exemples de grandes manifestations médiévales ont été présentés, les fêtes médiévales de Saint Ursanne (<http://www.medievales.ch/>) et celles de Saillon (<http://www.medievales.org/>). Il s'agit de festivités thématiques ayant lieu au sein d'un environnement villageois avec une architecture bien conservée de type médiéval. Elles résultent souvent d'une coopération locale de la communauté villageoise avec l'office du tourisme, dépendent de ressources locales et sont organisés par des comités fondés à cet effet. Le village entier participe et essaye de créer une ambiance «médiévale». Les initiateurs sont en général des cercles d'amateurs qui donnent le meilleur de leur personne et de ce fait il faut accepter quelques déviations par rapport à la réalité qu'ils tentent de recréer. De nombreux acteurs sont recrutés dans les milieux de la reconstitution historique (*Re-enactment*) dans les pays voisins. La reconstitution historique s'est répandue fortement en Europe et elle est en constant développement. En 2012, 967 événements historiques ont été organisés, rien qu'en Allemagne (<http://www.mittelalter-kalender.ch/kalender/>). Le calendrier des manifestations en France annonce déjà 983 événements pour 2013 (<http://www.medielys.com/fetes-medievales/france-c1.htm>). Les offres varient, allant de présentations de haut niveau avec de l'artisanat et des mises en scène fondées historiquement jusqu'aux brocanteurs et saltimbanques qui dévoilent un fort

chern, die von sehr weit her kommen, bereits besteht. Der lokale Tourismus jedoch verlangt echte Tradition. Hierzu ist das Angebot riesengross, denn es bestehen zahlreiche traditionelle Anlässe, die sich in erster Linie an die Lokalbevölkerung richten, die bekanntlich solche Alpenklischees verabscheut. Eine Aufzählung solcher Anlässe würde zu weit führen, doch stellte man fest, dass es sich hierbei um Traditionen handelt, die mehrheitlich viel jünger als archäologische Zeugnisse sind und meistens nur bis in die Barockzeit zurückreichen, zumindest in der Aufführung, die man heute zeigt.

Dies löste die Frage über die Ursprünge von Traditionen aus. Irgendwann ist eine Tradition entstanden. Weshalb wäre es dann nicht auch möglich, dass eine Tradition in der Gegenwart entstehen könnte? Zwei Beispiele gross angelegter Anlässe, die das Mittelalter ansprechen, wurden anhand der Mittelalterfeste von Saint Ursanne (<http://www.medievales.ch/>) und Saillon (<http://www.medievales.org/>) vorgestellt. Es handelt sich dabei um themenbezogene Festlichkeiten in einem mittelalterlich erscheinenden baulichen Umfeld gut erhaltener Dörfer. Es ist die Frucht lokaler Zusammenarbeit der Dorfschaft mit dem Verkehrsverein, lokalen Ressourcen und eigens dazu gegründeten Komitees. Fast das ganze Dorf macht mit, man bemüht sich, ein «mittelalterliches» Ambiente darzustellen. Dabei handelt es sich um Amateurreise, die ihr bestmögliches geben, weshalb Abweichungen zu damaliger Realität auch in Kauf genommen werden müssen. Viele Darsteller werden aus der *Re-enactment* Szene benachbarter Länder rekrutiert. Die Szene des *Re-enactments* hat sich in Europa stark verbreitet und nimmt ständig zu. 2012 waren es 967 historische Events allein in Deutschland (<http://www.mittelalter-kalender.ch/kalender/>) und der Eventkalender in Frankreich kündigt bereits 983 Events für das Jahr 2013 an (<http://www.medielys.com/fetes-medievales/france-c1.htm>). Die Angebote reichen von qualitativ hoch stehenden Vorführungen von historisch fundierten Handwerk und Inszenierungen bis hin zu Trödlern und Gauklern mit viel Geschäftssinn und Phantasie. Diese Neuinszenierungen, die sich schon seit Jahrzehnten durchsetzen, widersprechen der Annahme, es handle sich um einen vorübergehenden Modetrend alternativ Denkender. Durch die rasche Vermehrung historischer Amateurguppen entsteht ein kritisches Konkurrenzdenken, in welchem Authentizität zu einer Prestigefrage wird, wodurch sich die Qualität der Angebote ständig verbessert. Rekrutierungen für andere Veranstaltungen finden in der Regel bei solchen Anlässen statt.



© AnimArc

sens des affaires et beaucoup de fantaisie. Ces reconstitutions, établies depuis quelques décennies maintenant, s'opposent à l'hypothèse selon laquelle il s'agirait d'une tendance à la mode de mouvements alternatifs. Par la multiplication rapide des troupes amateurs historiques, un esprit de concurrence critique s'est développé qui fait de l'authenticité une question de prestige et qui contribue à améliorer constamment la qualité des offres. C'est à ces occasions que les recrutements pour d'autres événements ont généralement lieu.

Aspects financiers

Une médiation culturelle de longue durée existe à côté de ces manifestations ponctuelles et à large échelle qui attirent une grande foule, mais qui sont de courte durée. Cette médiation a lieu durant toute l'année et de ce fait les aspects de son financement se présentent très différemment. Ceci est particulièrement le cas quand il s'agit d'entretenir une culture vivante intégrant également des animaux. Il va de soi qu'il faut s'occuper des animaux pendant toute l'année et qu'on ne peut simplement s'en débarrasser en attendant la prochaine manifestation. Cela est valable également pour ceux qui s'occupent des animaux ou encore pour les artisans mentionnés plus haut. Prenons le cas de la promenade des chèvres à Zermatt (http://www.zermatt.ch/de/page.cfm/zermatt_matterhorn/zermatt_stories/schwarzhalbsziegen): Pendant les vacances scolaires d'été un troupeau de chèvres col noir du Valais traverse le village deux fois par jour. Avec des moyens simples, il a été possible de créer un événement tou-



Finanzielle Aspekte

Nebst vereinzelt und gross angelegten Veranstaltungen, die einen enormen Andrang finden, jedoch nur sehr kurze Zeit dauern, gibt es auch ganzjährige Kulturvermittlung, deren Finanzierungsaspekte eine ganz andere Form einnehmen. Dies ist besonders der Fall, wenn es sich um lebende Kultur handelt, wo auch Tiere mit einbezogen werden. Es mag wohl einleuchten, dass man lebende Wesen das ganze Jahr versorgen muss und nicht einfach bis zur nächsten Veranstaltung in eine Mottenkiste stecken kann. Das gilt übrigens auch für diejenigen, die die Tiere pflegen oder die oben erwähnten Handwerker. So zum Beispiel der Geissenkehr in Zermatt (http://www.zermatt.ch/de/page.cfm/zermatt_matterhorn/zermatt_stories/schwarzhalsziegen). Während den sommerlichen Schulferien zieht eine Herde Walliser Schwarzkopfziegen zweimal täglich durch das Dorf. Mit einfachen Mitteln gelingt es so, ein für Besucher kostenloses und attraktives touristisches Ereignis zu gestalten. Man schafft einen Arbeitsplatz für die Chefgeissenhirtin und Ferienbeschäftigung für Schulkinder, die täglich die Ziegen begleiten. Bauern der Talschaft können die Tiere den Sommer hindurch in Pension geben und sich um ihre Felder und Wiesen kümmern. Die Erhaltung vom Aussterben bedrohter Tierrassen im Sinne von Pro Specie Rara erhält dadurch ebenfalls einen Auftrieb. Die Erfolgsrechnung durch Synergien unterschiedlicher Interessengruppen geht hier auf. Eine direkte Rentabilitätsrechnung ist jedoch nur schwer zu erstellen. Beachtet man aber die Anzahl der Beiträge auf diversesten Webseiten unter

ristique gratuit et attractif. Un poste de travail a été créé pour une bergère en chef, responsable d'une trentaine de chèvres ainsi que quelques jobs d'été pour les écoliers qui accompagnent les bêtes chaque jour. Les paysans de la vallée peuvent laisser les animaux en pension durant l'été et s'occuper des champs et des prairies. La protection de races animales menacées d'extinction dans les sens de Pro Specie Rara est ainsi également encouragée. La synergie de différents groupes d'intérêt a contribué à la réussite de cette activité. Le calcul de rentabilité est difficile à établir mais si l'on tient compte du nombre des contributions sur des sites internet les plus variés sous le mot clé «Geissenkehr» l'effet publicitaire est considérable. Un autre exemple pour la création d'une tradition est l'engagement du faconnier de Valéria à Sion qui figure sur la liste des salaires de Sion Tourisme (<http://siontourisme.ch/index.php/fr/sports-et-loisirs/demonstration-de-vol-de-rapace>). Bien qu'il n'y ait pas de témoignages directs concernant la fauconnerie en Valais, le sujet est plausible sur le plan historique. La présentation pédagogique donne des explications sur les rapaces locaux qu'il serait sinon impossible de voir d'aussi près. L'exemple illustre une combinaison réussie où un sujet de culture vivante d'une époque lointaine rejoint des questions actuelles de la sauvegarde des espèces et offre en même temps une attraction intéressante abordé dans un bâtiment historique. Malheureusement, les contraintes de la protection du patrimoine (!) ne permettent plus de faire voler les rapaces dans le ciel de Sion depuis 2013.

dem Stichwort «Geissenkehr» ist der Werbeeffect sehr beachtlich. Ein weiteres Beispiel kreierter Tradition ist der Falkner von Valeria in Sitten, der auf der Lohnliste von Sion Tourisme steht (<http://siontourisme.ch/index.php/fr/sports-et-loisirs/demonstration-de-vol-de-rapace>). Obwohl es keine direkten Zeugnisse der Falknerei im Wallis gibt, ist das Thema dennoch historisch plausibel. Die didaktische Vorführung erzählt über lokale Raubvögel, die man nie in nächster Nähe zu sehen bekäme. Das Beispiel zeigt eine gelungene Kombination, wobei in einem baulichen Denkmal ein lebendes Kulturthema aus vergangenen Zeiten sich mit heutigen Fragen der Artenerhaltung auseinandersetzt und gleichzeitig eine interessante Attraktion bietet. Leider verbietet denkmalpflegerische (!) Bedingungen ab 2013 eine Fortführung dieser Aktivität.

Story-telling

In den Zusammenfassungen der Workshops fiel öfters das Stichwort *Story-telling*. Ganz oben auf der Liste steht der menschliche Bezug. Eine kommentierte Führung durch eine Person statt einem Gerät, Druckmaterial oder Schilder ist sehr gefragt und kommt beim Publikum besser an. Persönliche Darbietungen und Führungen sind der wichtigste Beitrag zur Intensivierung des Besuchererlebnisses. Der Begriff *Story-telling* ist im weiteren Sinne als Geschichtenerzählen zu verstehen und bezieht sich auch auf laufende Tätigkeiten und Anekdoten, in denen sich das Potential zur Steigerung der Attraktivität eines Angebotes verbirgt. Dazu eignen sich besonders die neuen Generationen des Internets mit ihren sogenannten Sozialnetzwerken. Es soll immer wieder etwas Neues zu sehen und zu lesen geben, was zu vermehrter Wiederkehr von virtuellen Besuchen anregt. Die dadurch erzielte virtuelle Kundentreue trägt auch zur expansiven Verbreitung der Angebote bei, weil jeder die Möglichkeit hat, interessante Informationen in seinem eigenen Netzwerk zu verbreiten. Im Klartext heisst dies, dass jeder virtuelle Besucher ein potentieller und kostenloser Ermittler sein kann. Die virtuelle Verbreitung eines Angebots steigert auch das Potential reeller Besucher.

Schlussfolgerung

Die etwas provokative Bemerkung, dass die Grosszahl musealer und archäologischer Institutionen von vielen der gratis angebotenen Sozialnetzwerken keinen Gebrauch machen, wurde damit gerechtfertigt, dass öffentliche Institutionen dem behördlichen *corporate image* unterstehen und im Grunde genommen nur über sehr wenig Freiheit verfügen. In vielen Fällen ist ihnen der Zugang zu Netzwerken

Story-telling

Le mot-clé *story-telling* apparaît souvent dans les résumés des ateliers. Le rapport humain joue dans ce cadre un rôle fondamental. On préfère de loin une visite guidée faite par une personne plutôt qu'avec un appareil sur les oreilles, du texte imprimé ou des panneaux explicatifs. Cette offre trouve une meilleure résonance auprès du public. Présentations individuelles et visites guidées sont la contribution la plus importante au processus d'intensification de l'expérience de la visite. Le terme de *story-telling* doit être compris dans son sens primaire et signifie «raconter des histoires». On y rapporte des activités en cours et des anecdotes qui contribuent à augmenter l'attractivité d'une offre. A cet effet se prête surtout le développement de l'internet avec ses réseaux sociaux. Il faut régulièrement y présenter quelque chose de nouveau à voir ou à lire afin de stimuler le continuel retour des visiteurs virtuels. La fidélité virtuelle des clients ainsi générée contribue à une diffusion importante des offres, étant donné que chacun continuera de diffuser des informations intéressantes au sein de son propre réseau. En bref, chaque visiteur virtuel devient un acteur potentiel et gratuit de relations publiques pour les activités proposées. De même, la diffusion virtuelle d'une offre augmente le potentiel des visiteurs réels.

Conclusion

En réponse à avec la remarque quelque peu provocatrice concernant la raison pour laquelle la plupart des institutions archéologiques et des musées n'utilisent pas les nombreux réseaux sociaux gratuits à disposition, il a été répondu que les institutions publiques sont soumises au *corporate image* administratif et n'ont que peu de liberté à cet égard. Dans de nombreux cas, l'accès aux réseaux (Facebook, Twitter, Google+ et autres) leur est interdit, soit pour des raisons de sécurité, soit par crainte d'une baisse de la discipline au travail. Il paraît évident qu'une uniformisation de la présence publique des institutions de l'Etat soit importante, mais au même titre, il faut remarquer que les exigences d'un musée ou d'un service archéologique ne sont pas les mêmes que celles d'une caisse de retraite ou d'un service administratif. De ce fait, on devrait questionner les possibilités de développement à côté de sites officiels d'une activité parallèle sur certains réseaux sociaux, avec une plus grande liberté créative et s'adressant directement au public intéressé. La maîtrise de ce nouveau type de communication permettant d'interconnecter différents réseaux sociaux pourrait être enseignée et discutée lors d'ateliers internes. Ainsi un même message pourrait être transmis par plu-

wie beispielsweise Facebook, Twitter, Google+ und ähnlichen verwehrt, sei es aus Sicherheitsgründen oder in der Befürchtung um sinkende Arbeitsdisziplin. Es mag wohl einleuchten, dass eine Vereinheitlichung der öffentlichen Präsenz staatlicher Institutionen wichtig ist. Aber auch, dass die Anforderungen beispielsweise eines Museum oder einer archäologischen Fachstelle nicht dieselben sind wie jene einer Pensionskasse oder eines Verwaltungsamtes. Deshalb sollte die Frage gestellt werden, ob nebst der offiziellen Seite auch eine parallele Aktivität auf anderen Netzwerken genehmigt werden kann, die mehr gestalterische Freiheit zulässt und ein Zielpublikum direkt anspricht. Wie man diese neue Art von Kommunikation beherrschen kann, würde eigene Workshops verdienen, denn heute besteht die Möglichkeit, verschiedene Sozialnetzwerke miteinander zu verbinden. Dies ermöglicht, durch eine einzige Meldung, gleich mehrere Netzwerke zugleich zu nutzen. Wichtig ist zu verstehen, dass die neuen Kommunikationswege komplementär zur althergebrachten Verteilung von Druckmaterial und Flyers dient und letztere nicht vollständig ersetzen kann. Was Druckmaterial nicht bieten kann, ist die Teilnahme der Leser, die durch Kommentare, Fragen oder Anregungen einen persönlichen Bezug erlangen können. Der persönliche Bezug ist genau das, was gefragt ist, sei es virtuell oder bei realen Besuchen.

sieurs réseaux. Il est important de comprendre que les nouveaux moyens de communication complètent la diffusion traditionnelle d'imprimés et de flyers sans pour autant la remplacer complètement. En effet, le matériel imprimé ne permet pas une participation spontanée du lecteur, qui peut établir un rapport personnel à travers des commentaires, des questions ou des suggestions. Or, c'est précisément ce rapport personnel qui est recherché, que ce soit dans un cadre virtuel ou lors des visites effectives.

AUTHENTICITY – CUSTOMS – TRADITIONS IMPLEMENTING COOPERATION IN THE FIELD OF «CUSTOMS AND TRADITIONS»

Summary

Unique and authentic experiences are of increasing interest in today's globalised society. But how authentic are presentations of customs, traditions, and crafts? Organising bodies and individuals have to meet demands for authenticity, and there is great potential for them to collaborate in order to guarantee the quality of performances, tours, and events associated with traditional culture. Such cooperation would be greatly enhanced by the establishment of a common platform from which respected cultural institutions could ensure the authenticity of provision in this area.

AUTENTICITÀ, TRADIZIONI E COSTUMI IDEE E FORME DI APPLICAZIONE PER UNA COLLABORAZIONE NEL CAMPO «TRADIZIONI E COSTUMI»

Riassunto

In una società in via di mondializzazione, il turista s'interessa sempre di più a delle esperienze eccezionali e autentiche. Il problema se siano veramente autentiche è una domanda che certamente egli si porrà, nello specifico, nel corso di manifestazioni, di visite e di visite guidate in relazione con le tradizioni, l'artigianato o i costumi. Al fine di garantire questa certezza, le organizzazioni e le persone responsabili controlleranno che la qualità dei rappresentanti sia assicurata. Proveranno a soddisfare queste esigenze attraverso controlli di qualità. Una supervisione professionale che permetterà di sviluppare un potenziale di sinergia considerevole tra gli organizzatori. L'idea di creare una piattaforma centrale di alto livello qualitativo per dei vettori culturali potrebbe essere una soluzione nell'ottica di assicurare la trasmissione duratura e autentica delle tradizioni, dell'artigianato e dei costumi.

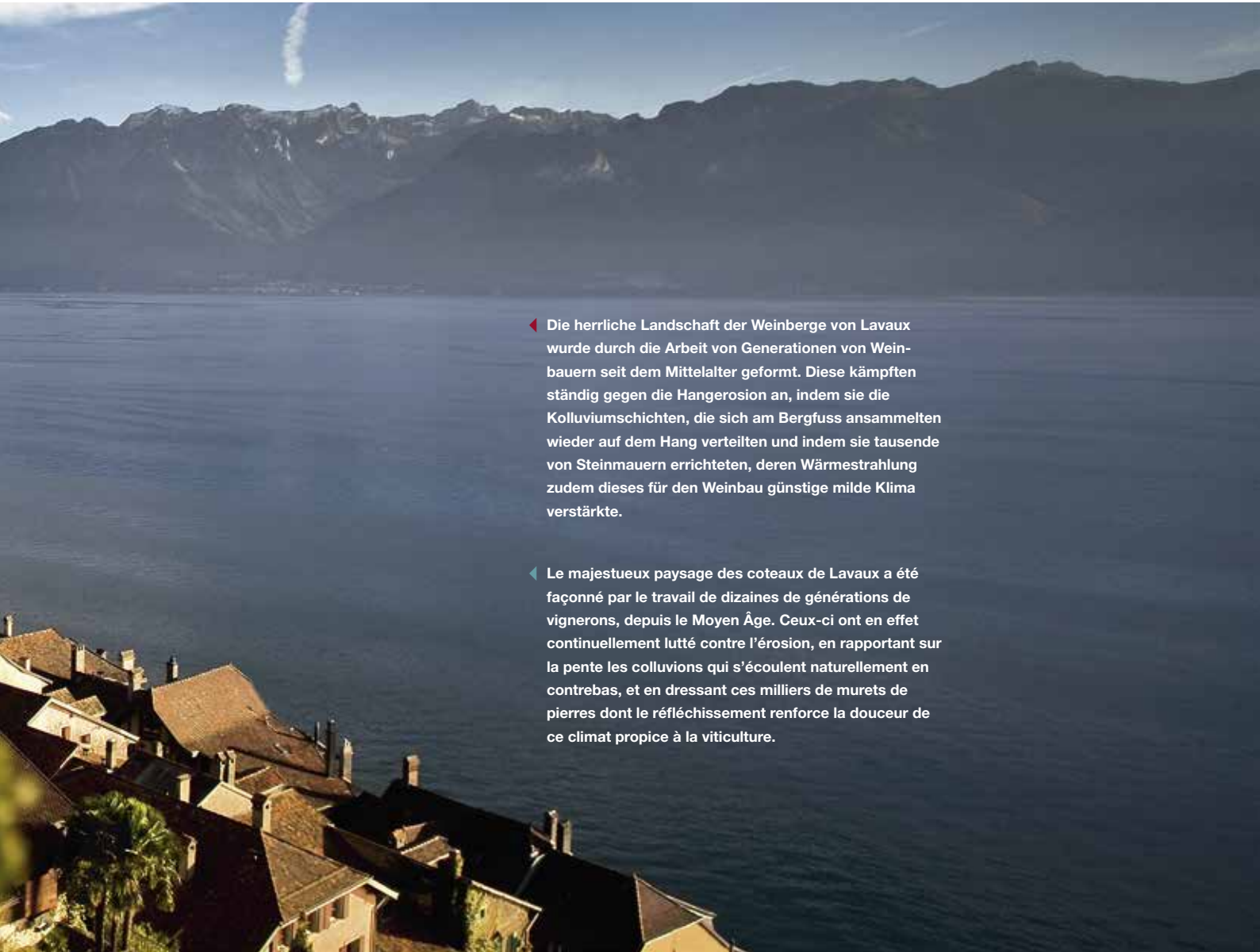


Jenseits der Postkartenklischees

Die Archäologie und die Inwertsetzung der Landschaften

Au-delà des clichés de cartes postales

L'archéologie et la mise en valeur des
paysages



◀ Die herrliche Landschaft der Weinberge von Lavaux wurde durch die Arbeit von Generationen von Weinbauern seit dem Mittelalter geformt. Diese kämpften ständig gegen die Hangerosion an, indem sie die Kolluviumschichten, die sich am Bergfuss ansammelten wieder auf dem Hang verteilten und indem sie tausende von Steinmauern errichteten, deren Wärmestrahlung zudem dieses für den Weinbau günstige milde Klima verstärkte.

◀ Le majestueux paysage des coteaux de Lavaux a été façonné par le travail de dizaines de générations de vignerons, depuis le Moyen Âge. Ceux-ci ont en effet continuellement lutté contre l'érosion, en rapportant sur la pente les colluvions qui s'écoulaient naturellement en contrebas, et en dressant ces milliers de murets de pierres dont le réfléchissement renforce la douceur de ce climat propice à la viticulture.

Marc-Antoine Kaeser

Die Schweiz zeichnet sich nicht gerade durch einen Überfluss an spektakulären archäologischen Kulturdenkmälern aus. Durch die kontinuierliche und relativ dichte Besiedlung seit der Vorgeschichte, gefolgt von einer intensiven Verstärkung im Zuge der Industriellen Revolution, wurden unzählige archäologische Fundstätten in unserer gewohnten Umgebung zerstört, beschädigt oder das Baumaterial wiederverwertet (siehe S. 10–21).

Die Kulturen, die seit der Eiszeit im Verlauf der letzten zehntausend Jahre aufeinander folgten, können wir daher oft nur über fragile Reste und unscheinbare Spuren erfassen. Aber wenn diese Spuren zwar für den Laien schwierig zu entziffern sind, so haben

Marc-Antoine Kaeser

La Suisse ne se caractérise pas précisément par la profusion de monuments archéologiques spectaculaires. En raison de la continuité et de la densité relatives des occupations humaines depuis la préhistoire, puis de l'urbanisation intense du territoire dès la Révolution industrielle, d'innombrables sites archéologiques ont été détruits, dégradés ou recyclés dans notre environnement familial (voir pp. 10–21).

Les civilisations qui se sont succédées depuis les temps glaciaires, au cours de ces dernières dizaines de milliers d'années, ne nous sont donc souvent perceptibles que par des vestiges fragiles et des traces discrètes. Mais si ces traces sont difficiles à déchiffrer

- ▶ Wie es bei den Ausgrabungen der paläolithischen Fundstelle von Hauterive/Champréveyres NE, gezeigt werden konnte, lag der Seespiegel des Neuenburger Sees vor 15 000 Jahren etwas niedriger: am Ende der letzten Eiszeit, waren die Ufer, an denen die Wildpferdjäger ihre Lager aufschlugen, mit Tundra-Steppe bedeckt.
- ▶ Comme l'ont montré les fouilles du site paléolithique de Hauterive/Champréveyres NE, le niveau du lac de Neuchâtel était sensiblement plus bas il y a 15 000 ans: à la fin de la dernière glaciation, les rives couvertes de toundra accueillait des campements de chasseurs de chevaux sauvages.



sie doch die Entwicklung von neuartigen Methoden und Untersuchungstechniken angeregt, die zu einem starken Aufschwung der umweltgeschichtlichen Analysen beigetragen haben.

Naturwissenschaften und Archäologie: die Rekonstruktion der Umweltgeschichte

Ab dem 19. Jahrhundert zeichnen sich die Schweizer Gelehrtenesellschaften durch umfangreiche und dynamische Forschungen im Bereich der Naturwissenschaften aus – insbesondere in der Geologie, der Paläontologie und der Botanik. Aber diese Entwicklungen hatten auch nennenswerte Konsequenzen im Bereich der Archäologie: in der Folge der ersten Entdeckungen von «Pfahlbauten» im Jahr 1854, haben sich die Naturforscher in der Tat für die Ursprünge der Besiedlung unseres Landes interessiert und deren Untersuchung durch neue Ansätze und Methoden bereichert, die so zur beispielhaften Bestätigung der neuen prähistorischen Wissenschaft in der Schweiz beitrugen¹.

pour le profane, elles ont stimulé le développement de méthodes et de techniques d'investigation archéologiques novatrices, qui ont alimenté un essor vigoureux des études sur l'histoire de l'environnement.

Sciences naturelles et archéologie: pour une histoire de l'environnement

Dès le 19^e siècle, la Suisse s'est distinguée par l'envergure et le dynamisme des recherches conduites dans le domaine des sciences naturelles – en particulier en géologie, en paléontologie et en botanique. Or ces développements ont eu des conséquences notables dans le domaine de l'archéologie: suite aux premières découvertes «lacustres» en 1854, les naturalistes se sont en effet passionnés pour les origines du peuplement de notre pays, dont ils ont enrichi l'étude par des approches et des méthodes pionnières, contribuant ainsi à l'affirmation exemplaire de la nouvelle science préhistorique en Suisse¹.

Cette forte tradition naturaliste de l'archéologie suisse a connu un nouvel élan au cours des dernières décennies². Les vastes programmes de fouilles préventives mis en œuvre sur le tracé des autoroutes, en particulier, ont permis de mobiliser de puissantes équipes interdisciplinaires d'archéologues et de spécialistes des sciences naturelles, qui se sont attachées à l'examen des interactions entre les sociétés humaines et les écosystèmes naturels. De la sorte, nous disposons aujourd'hui de connaissances extrêmement solides sur les relations entre l'évolution de l'environnement (changements

¹ Marc-Antoine Kaeser, «Archaeology and the Identity Discourse: Universalism versus Nationalism. Lake-dwelling Studies in 19th Century Switzerland». In: *A History of Central European Archaeology. Theory, Methods and Politics* (A. Gramsch & U. Sommer eds.). Budapest, Archaeolingua, 2011, S. 143–160.

² Marc-Antoine Kaeser, «Préhistoire et sciences naturelles: Complexe d'Edipe, tabou de l'inceste?». In: *Paysage-Landschaft-Paesaggio. L'impact des activités humaines sur l'environnement, du Paléolithique à la période romaine* (J. Studer & al. eds.). Lausanne (Cahiers d'archéologie romande; 120), 2011, S. 251–261.

¹ Marc-Antoine Kaeser, Archaeology and the Identity Discourse: Universalism versus Nationalism. Lake-dwelling Studies in 19th Century Switzerland». In: *A History of Central European Archaeology. Theory, Methods and Politics* (A. Gramsch & U. Sommer eds.). Budapest, Archaeolingua, 2011, pp. 143-160.

² Marc-Antoine Kaeser, Préhistoire et sciences naturelles: Complexe d'Edipe, tabou de l'inceste?. In: *Paysage-Landschaft-Paesaggio. L'impact des activités humaines sur l'environnement, du Paléolithique à la période romaine* (J. Studer & al. eds.). Lausanne (Cahiers d'archéologie romande 120), 2011, pp. 251-261.



© Aquarell / Aquarelle P. Roeschli, Laténium

Diese starke naturwissenschaftliche Tradition in der Schweizer Archäologie hat in den letzten Jahrzehnten einen neuen Aufschwung erfahren². Die umfangreichen Rettungsgrabungsprojekte, die insbesondere beim Autobahnbau entwickelt wurden, haben es ermöglicht, grosse interdisziplinäre Teams bestehend aus Archäologen und Naturwissenschaftlern zu bilden, die die Wechselbeziehungen zwischen den Kulturgruppen und den natürlichen Ökosystemen untersuchten. Daher verfügen wir heute über äusserst solide Kenntnisse in Bezug auf die Entwicklung der Umwelt (Klimawandel, ökologische Umbrüche, etc.) und der Kulturen (technologische Innovationen, Wirtschaftssysteme, etc.).

Landschaften und Kulturdenkmäler: eine simultane Bewusstseinsbildung

In der Schweiz ist der Einfluss des vorromantischen Alpenmythos, in dem Albrecht von Haller die Schönheit der Berge und die Reinheit der Natur preist³, natürlich eng mit dem Interesse verbunden, das die wissenschaftlichen Kreise für die Untersuchung der Umwelt bezugeten. Aber dieser erklärt sich vor allem auch über die hohen natürlichen Risiken, denen unser Land ausgesetzt ist. Die Schweiz ist arm an Rohstoffen, aber sie besitzt eine grosse Vielfalt an oft sehr anfälligen Ökosystemen. Seit der Frühen Neuzeit haben die wiederholt auftretenden, durch den menschlichen Einfluss hervorgerufenen Naturkatastrophen (Überschwemmungen, Erdbeben, Lawinen, etc.), eine Bewusstseinsbildung in Bezug auf den wirtschaftlichen und sozialen Vorteil eines Langzeitverständnisses von Naturphänomenen gefördert.

climatiques, bouleversements écologiques, etc.) et le développement des cultures humaines (innovations technologiques, choix économiques, etc.).

Paysages et monuments historiques: une prise de conscience simultanée

L'impact particulier, en Suisse, du mythe préromantique des vertus alpestres célébrées par Albrecht von Haller³ n'est évidemment pas étranger à l'intérêt porté par la communauté scientifique pour l'étude de l'environnement. Mais il s'explique surtout par la gravité des risques naturels auxquels notre pays doit faire face. Quoique pauvre en matières premières, la Suisse est en effet caractérisée par une grande diversité d'écosystèmes souvent très vulnérables. Dès l'Ancien Régime, la récurrence de catastrophes naturelles (inondations, glissements de terrain, avalanches, etc.) provoquées par les activités humaines a donc stimulé une prise de conscience quant à l'utilité économique et sociale de la compréhension des phénomènes naturels sur la longue durée.

Or l'histoire des sciences et l'histoire culturelle montrent que cette prise de conscience a associé très tôt la protection des paysages et la sauvegarde du patrimoine historique. Dès la seconde moitié du 19^e siècle, les premières interventions de la Confédération en matière environnementale (notamment la lutte contre la déforestation) ont très rapidement

² Albrecht von Haller, *Die Alpen und andere Gedichte*. Stuttgart, Reclam, 2004 (1. Auflage 1729).

³ Albrecht von Haller, *Die Alpen und andere Gedichte*. Stuttgart, Reclam, 2004 (1^{re} édition 1729).

► Zu Beginn des 20. Jahrhunderts wird das Projekt für den Bau einer Bahn, die bis auf den Gipfel des Matterhorns führen sollte aufgegeben nachdem der Schweizer Heimatschutz dagegen eine heftige Medienkampagne geführt hatte. Karikatur, die 1907 in der Zeitschrift des Vereins erschien und die Arbeitslosigkeit zu der die Bergführer verurteilt wären, zeigt.

Aber die Geschichte der Naturwissenschaften und die Kulturgeschichte zeigen, dass diese Bewusstseinsbildung sehr früh den Landschaftsschutz und den Denkmalschutz miteinander verbunden hat. Ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts folgten auf die ersten Massnahmen der Eidgenossenschaft in Bezug auf die Umwelt (insbesondere die Bekämpfung von Raubbau am Wald) sehr schnell weitere zum Schutz der Gletscherlandschaften, der erratischen Blöcke und sogar der Pfähle der Seeufersiedlungen. Dieses Bemühen um sogenannte «nationale Denkmäler der Naturgeschichte» hat den Weg für die Erhaltung der archäologischen und historischen Kulturdenkmäler im eigentlichen Sinne bereitet.

Der 1905 gegründete «Heimatschutz» trug durch seine von der Öffentlichkeit unterstützten Kampagnen zum Schutz und zur Aufwertung zahlreicher, durch das moderne Leben bedrohter Stätten bei⁴. Aber der Verein kombinierte ebenfalls den Schutz der Landschaften und den Denkmalschutz. Daher war es diese antimaterialistische Bewegung, die eine sentimentale und ästhetische Sicht der Kulturdenkmäler vertrat, beeinflusst vom Rousseau'schen Denken, demzufolge die Nähe der Natur kulturelle Authentizität garantierte.

Auch heute macht die Einbeziehung natürlicher sowie kultureller Aspekte im Denkmalschutz immer noch Sinn. Aber für die Wissenschaftler ist diese Verbindung nunmehr vollkommen wechselseitig. Wenn man allerdings zugibt, dass die Kulturdenkmäler wie die Architektur in ihre Umwelt eingegliedert sind und auch so betrachtet werden müssen, kann man die Ansicht vertreten, dass auch die Landschaften niemals ganz natürlich sind: sie sind das Ergebnis signifikanter Wechselbeziehungen zwischen der Umwelt und den Kulturgruppen.

Erneut Begeisterung für unsere Landschaften auslösen: die Rolle der Archäologen

Die Entwicklung von Untersuchungen zur Paläoumwelt hat es ermöglicht, den konstruierten Charakter der Landschaften herauszustellen, die von den Generationen, die uns vorausgegangen sind geprägt wurden. In dem Dorf, in dem Sie zum Beispiel Ihre Ferien verbringen, kann die Erdgeschichte, der Klimawandel und die Wechselbeziehungen zwischen

été suivies de mesures pour la sauvegarde des paysages glaciaires, des blocs erratiques, et même des pilotis des stations lacustres. Ce souci pour de ce qu'on pourrait qualifier de «monuments nationaux d'histoire naturelle» a ainsi ouvert la voie pour la préservation des monuments archéologiques ou historiques au sens propre.

Par ses combats populaires, le «Heimatschutz» fondé en 1905 a contribué au sauvetage et à la valorisation de nombreux sites menacés par la modernité⁴. Or il a combiné, lui aussi, la protection des paysages et la sauvegarde des monuments historiques. De fait, ce mouvement anti-matérialiste, qui défendait une vision sentimentale et esthétique du patrimoine, était imprégné d'une notion rousseauiste selon laquelle la proximité de la nature était garante de l'authenticité culturelle.

L'intégration des enjeux naturels et culturels dans la défense du patrimoine fait toujours sens aujourd'hui. Mais pour les scientifiques, cette articulation est désormais parfaitement réciproque. En effet, si l'on admet que les créations culturelles comme l'architecture sont conçues et doivent être perçues dans leur environnement, on considère aussi que les paysages ne sont jamais entièrement naturels: ils sont le fruit d'interactions significatives entre l'environnement et les sociétés humaines.

Réenchâter nos paysages: le rôle des archéologues

Le développement des études paléoenvironnementales a permis de démontrer le caractère construit du paysage, qui porte l'empreinte des générations qui nous ont précédées. Dans le village où vous passez vos vacances, par exemple, le déchiffrement de la topographie raconte l'histoire de la Terre et de la Vie, les changements climatiques et les interactions millénaires entre la nature et les communautés humaines qui l'ont exploitée, leurs modes de vie et leurs choix économiques, sociaux et culturels. L'emplacement de la petite colline qui barre la vallée, le tracé de la route, l'alignement des haies qui marquent l'orientation des parcelles agricoles, rien de cela n'est le fruit du hasard: la colline a été façonnée par la pression formidable de la langue du glacier qui s'aventurait ici il y a 20'000 ans, la route actuelle suit fidèlement le tracé d'une voie aménagée dès les temps celtiques, et les haies marquent l'orientation parcellaire de la cadastration rationnelle imposée dans la vallée par les colonisateurs romains, entretenue et conservée au cours des deux derniers millénaires.

Sous l'angle touristique, ces connaissances scientifiques représentent évidemment un atout majeur: elles permettent en quelque sorte de réenchâter le paysage. L'archéologie montre en effet que les pano-

⁴ Stefan Bachmann, «Romantisme alpin et critique du tourisme. Résistance à la prolifération des chemins de fer de montagne». In *Préserver et créer: 100 ans de Patrimoine suisse* (M. Bundi ed.). Lausanne, Payot, 2005, S. 26–35.

⁴ Stefan Bachmann, Romantisme alpin et critique du tourisme. Résistance à la prolifération des chemins de fer de montagne. In: *Préserver et créer: 100 ans de Patrimoine suisse* (M. Bundi ed.). Lausanne, Payot, 2005, pp. 26–35.

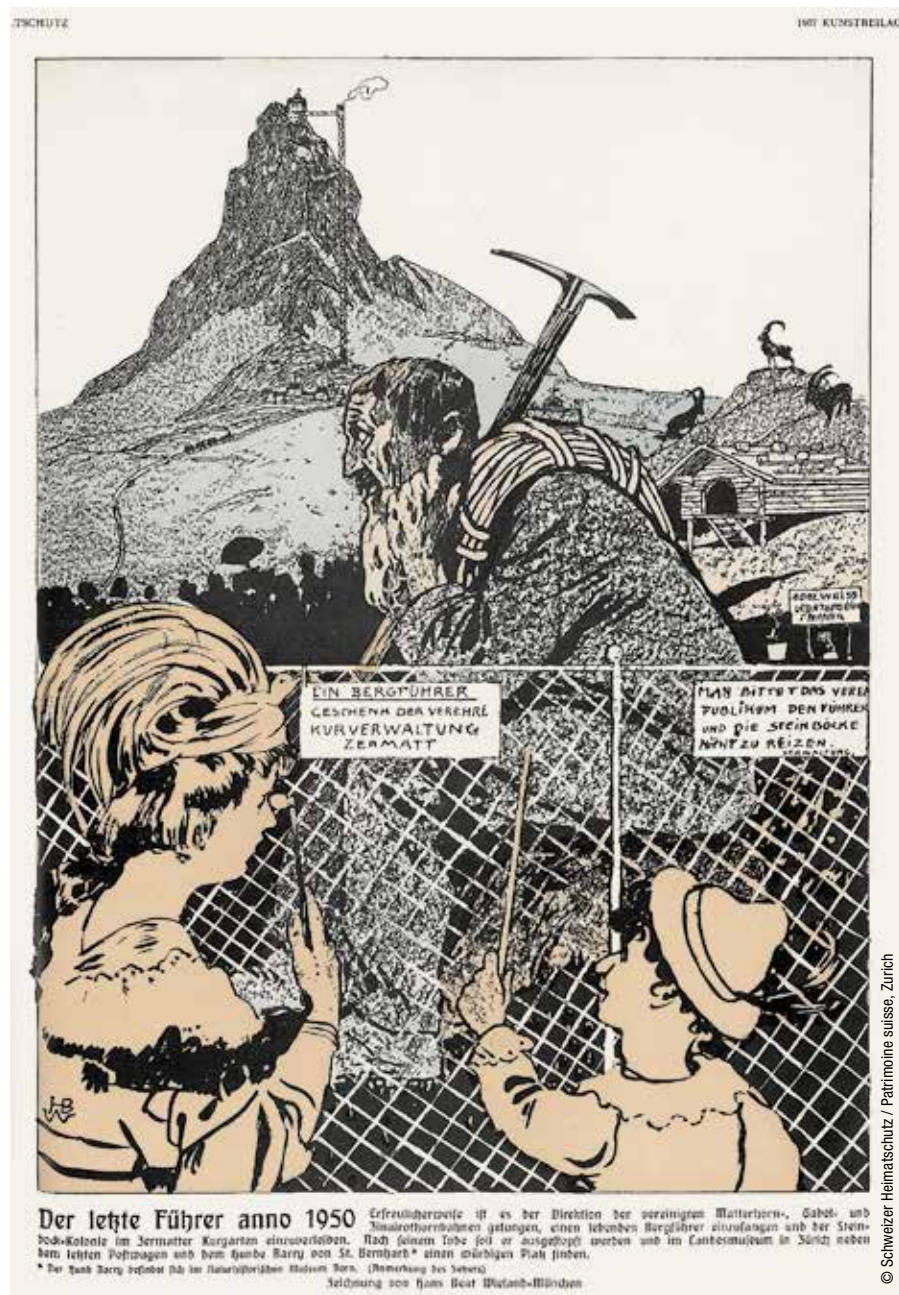
der Natur und den Menschengruppen, die sie über die Jahrtausende hin genutzt haben, ihre Lebensweisen und ihre wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Systeme über die Topographie entschlüsselt werden. Die Lage eines kleinen Hügels, der das Tal absperrt, der Verlauf einer Strasse, die aneinandergereihten Hecken, die die Ausrichtung der Landparzellen markieren, nichts davon ist zufällig entstanden: der Hügel wurde durch den starken Druck der Gletscherzunge, die vor 20'000 Jahren bis hierhin vorsties, geformt; die heutige Strasse folgt getreu dem Verlauf eines Weges, der bereits in der Keltenzeit angelegt wurde, und die Hecken begrenzen die Parzellenaufteilung des rationalen Katasters, das von den römischen Kolonialherren dem Tal auferlegt und über zwei Jahrtausende weitergeführt und bewahrt wurde.

Aus der Sicht des Tourismus sind diese wissenschaftlichen Erkenntnisse natürlich ein grosser Vorteil: sie erlauben es, gewissermassen, erneut Begeisterung für die Landschaften auszulösen. Die Archäologie zeigt tatsächlich, dass die von den Touristen so sehr geschätzten Panoramen nicht nur ein lebloser und passiver Hintergrund sind: hinter den Postkartenklischees kann die Archäologie die Geschichten, die unsere Landschaften geformt haben, wieder auferstehen lassen, indem sie von den Traditionen, den Anstrengungen, den Erfolgen und Misserfolgen unserer Vorfahren erzählt. Mit anderen Worten, die Archäologie gibt der Natur einen Sinn, die so ihre ganze historische Tiefe erhält.

Durch die Vermittlung dieser unzureichend genutzten Kapitals innovativ werden

Mit Abstand betrachtet, stellen die Archäologie und die Erkenntnisse zur Umwelt unseres Landes ein beträchtliches Kapital dar. Diese Vorteile wurden aber bis jetzt für das Tourismusangebot unzureichend genutzt, mit Sicherheit aus dem Grund, dass sie einer soliden Kulturvermittlung bedürfen – weit mehr als die historischen Baudenkmäler die bis zu einem gewissen Punkt «für sich sprechen»...

In dieser Hinsicht kann nichts den besonderen Beitrag des persönlichen Kontakts mit einem Reisebegleiter ersetzen, der sich für das Wissen, das er vermitteln soll, begeistert. Aber unter Berücksichtigung der Kosten (sowie der komplexen Infrastrukturen für die Reservierung), die für den einzelnen Touristen die Inanspruchnahme von Denkmalvermittlern verursacht, sind die innovativen Lösungen, die nachfolgend vorgestellt werden (der Legionärpfad oder die Web-App Palafittes Guide: S. 82 und 92), bezeichnende Beispiele für die Möglichkeiten, die sich auf diesem Gebiet auftun. Man könnte sich tatsächlich sehr gut Lehrpfade vorstellen, die



ramas tant appréciés par les touristes ne sont pas qu'un décor inerte et passif: derrière les clichés de cartes postales, l'archéologue peut faire revivre les histoires qui ont façonné ces paysages, en racontant les traditions, les efforts, les succès et les échecs de nos ancêtres. En d'autres termes, l'archéologie confère du sens à la nature, qui prend ainsi toute son épaisseur historique.

Innover en communiquant cette richesse sous-exploitée

Envisagées avec un tel recul, l'archéologie et les connaissances environnementales sur notre pays représentent une richesse considérable. Mais si ces

▲ Au début du 20^e siècle, le projet de construction d'un téléphérique donnant accès au sommet du Cervin est abandonné à la suite de la virulente campagne médiatique engagée par le Heimatschutz. Caricature parue en 1907 dans la revue de l'association, illustrant le chômage technique auquel seraient dès lors condamnés les guides de montagne.



▲
Fast drei Meter über dem Neuenburger See gelegen, zeigt der Fischteich des Laténiums den Wasserstand des Sees vor der 1. Jura-gewässerkorrektion an (1869-1891).

manche Landschaften durchziehen, oder digitale Audioguides, die über die Tourismusinformation heruntergeladen werden können. Hierbei bietet der Rückgriff auf die erweiterte Realität, anhand von Geräten mit Geotargetingfunktion eine grosse Bandbreite von Anwendungsmöglichkeiten, die ungeahnte Entwicklungsperspektiven bieten. Wenn man sich zwei- oder dreidimensionale virtuelle Modelle auf mobilen Geräten vorstellt, die die Landschaften der Vergangenheit oder «in Bewegung» zeigen, die sich über die reelle Wahrnehmung der heutigen Landschaft legen, so können die historischen Prozesse, die zur Formung unserer heutigen Umwelt beigetragen haben, sehr leicht verstanden werden.

Auf dieser Grundlage kann der Umweltwandel auch durch museographische Kunstgriffe in Szene gesetzt werden, wie zum Beispiel der höher gesetzte Fischteich im archäologischen Park des Laténiums, der den ursprünglichen Seespiegelstand des Neuenburger Sees zeigt. Solche, eher herkömmlichen Lösungen haben den Vorteil, dass sie durch spektakuläre Monumentalität einen Sachverhalt sofort erkennbar machen.

Auf jeden Fall, das Innovative soll, so scheint mir, nicht allein durch die Technik von Multimediageräten getragen werden. In der Tat, wenn man die heutige unzureichende Nutzung der archäologischen Tourismusquellen betrachtet, so ist es oft notwendig, wenn man innovativ sein will, sich von der festgefahrenen Betrachtungsweise im Zusammenhang mit diesen »alten Steinen«, auf die sich für viele Leute das Kulturerbe beschränkt, zu lösen ...

atouts ont largement été sous-exploités jusqu'ici sur le plan de la promotion touristique, c'est certainement parce qu'ils réclament une solide médiation culturelle – bien plus que les monuments historiques qui, jusqu'à un certain point, »parlent d'eux-mêmes«... A cet égard, rien ne pourra jamais remplacer l'apport particulier du contact personnel avec un guide-animateur passionné par les savoirs qu'il est chargé de transmettre. Mais compte tenu des coûts (et de la complexité des infrastructures de réservation) qu'impliquent pour des touristes isolés le recours aux médiateurs du patrimoine, les solutions innovantes présentées ci-dessous (le Sentier des légionnaires ou la web-app Palafittes Guide: pp. 82 et 92) offrent des exemples éloquents des possibilités qui se présentent en la matière. On peut en effet parfaitement imaginer des sentiers didactiques traversant certains paysages, ou des audioguides numériques à télécharger par l'intermédiaire des offices du tourisme. Dans ce registre, le recours à la réalité augmentée combinée aux instruments de géolocalisation offre d'ailleurs un champ d'application très vaste, doté de perspectives de développement extraordinaires. En présentant, sur des supports portables, des modèles virtuels en deux ou trois dimensions illustrant les paysages passés ou »en action«, superposés à la perception réelle du paysage actuel, il est en effet très aisé de faire comprendre les processus historiques qui ont contribué au façonnage de notre environnement présent. Cela posé, le changement environnemental peut aussi être mis en scène par des artifices de type muséographique, comme l'étang piscicole surélevé du



◀ Surplombant le lac de Neuchâtel de près de trois mètres, l'étang piscicole du Laténium matérialise l'ancien niveau historique du lac, avant la 1^{re} Correction des Eaux du Jura (1869-1891).

parc archéologique du Laténium, qui illustre l'ancien niveau historique du lac de Neuchâtel. De telles solutions, de facture plus traditionnelle, présentent en effet l'avantage d'une monumentalité spectaculaire, et donc immédiatement perceptible.

Dans tous les cas, l'innovation ne me paraît pas devoir être portée uniquement par la technicité des instruments de médiation. En effet, si l'on considère la sous-exploitation actuelle des ressources touristiques de l'archéologie, il est surtout nécessaire, pour innover, de se libérer de la perception figée entretenue à propos de ces «vieux cailloux», auxquels tant de gens croient pouvoir résumer le patrimoine...

BEYOND THE POSTCARD CLICHÉS: ARCHAEOLOGY AND THE SHAPING OF THE LANDSCAPE

Summary

Urbanisation and economic development have led to the destruction of countless archaeological sites. All that remains today are the scattered traces and often barely legible vestiges of the peoples who have occupied the country since the last ice age.

In the context of environmental history, however, these traces assume far more significance. Archaeology can help to reveal the processes which shaped the landscapes of Switzerland and have made it such an important tourist destination. Countless generations have contributed to this rich “landscaping” of the natural world – a world far richer and deeper than the postcard clichés to which it is so often reduced.

OLTRE I CLICHÉS DELLE CARTOLINE POSTALI L'ARCHEOLOGIA E LA VALORIZZAZIONE DEL PAESAGGIO

Riassunto

L'urbanizzazione e lo sviluppo economico hanno causato irrimediabilmente la distruzione d'innomerevoli siti archeologici e sfortunatamente oggi delle vestigia che ci hanno lasciato i popoli che si sono installati nel nostro paese dall'ultima glaciazione non ne rimangono che delle discrete tracce e, a volte, difficilmente leggibili. Queste vestigia saranno ancor meglio valorizzate se le si analizza da un punto di vista della storia dell'ambiente. L'archeologia permette infatti di capire e illustrare lo sviluppo dei luoghi che oggi fanno la fortuna turistica della Svizzera. Una ricchezza frutto degli sforzi di centinaia di generazioni che hanno contribuito a modellare la nostra «natura paesaggistica» spesso ridotta ai clichés tradizionali raffigurati sulle nostre cartoline postali.

▶ Auf Spiel-Touren entdecken Besucher die Ruinen des Legionslagers, wie hier die römische Wasserleitung

▶ Pendant le parcours ludique, les visiteurs découvrent les ruines du camp légionnaire, comme ici, l'aqueduc romain.



Ein Bildungs- und Tourismusprojekt im Kanton Aargau

Der Römer-Erlebnispark Legionärspfad

Un projet éducatif et touristique dans le canton de l'Argovie

Le parc d'attraction du sentier des légionnaires romains

Eine Gruppe Kinder mit Karten in der Hand und einem Detektivabzeichen auf der Brust sucht nach einem weiteren Informanten, der ihnen den Weg zum nächsten Schauplatz zeigt: der unterirdischen Kloake im Legionslager. Dort, tief unter dem Boden, finden sie vielleicht den Kanalputzer, der ihnen den entscheidenden Hinweis gibt, wo sie den schändlichen Mörder des Centurio finden.

Un groupe d'enfants avec des cartes à la main et un insigne de détective sur le torse est en train de chercher un nouvel informateur qui leur montre le chemin vers la prochaine station: les canalisations souterraines dans le camp des légionnaires. Là, tout au fond, ils vont peut-être trouver la personne en charge du nettoyage qui va leur livrer l'indice décisif pour identifier l'abominable assassin du centurion.



Thomas Pauli-Gabi

Solche Szenen spielen sich seit der Eröffnung des Legionärspfad täglich auf dem Areal des ehemaligen Legionslagers Vindonissa ab. Nachdem die Gruppe den Täter gefunden hat und nach römischem Brauch verfluchen konnte, bezieht die ganze Schulklasse ihr Nachtlager in den originalgetreu rekonstruierten Mannschaftsunterkünften der Legionäre. Nach einem gemeinsamen Abendessen am Lagerfeuer tauchen sie für eine Nacht lang in eine vergangene Lebenswelt ein. Am Morgen bereiten sie in den Unterkünften am offenen Herdfeuer ein römisches Frühstück zu und erfahren dabei Geschichte auf die denkbar sinnlichste Weise. Gestärkt machen sich die Schülerinnen und Schüler anschliessend auf zum Vindonissa-Museum, wo sie die archäologischen Funde aus dem Legionslager mit völlig neuen Augen betrachten werden.

Eine neue Strategie im Umgang mit dem Kulturerbe Vindonissa

Das Vindonissa-Museum wurde bereits 1912 als eigentliche Pionierleistung auf dem Gebiet der archäologischen Vermittlungsarbeit erbaut. Dort werden seither die besten und bedeutendsten Bodenfunde gezeigt und seit der Totalerneuerung im Jahr 2011 in einer zeitgemässen Ausstellung präsentiert. Die ausgegrabenen Ruinen des Legionslagers fristeten dagegen lange Zeit ein tristes Dasein. Die Vermittlung von Torbauten, Badehaus, Amphitheater und weiteren Bodendenkmälern beschränkte sich auf eine Informationstafel, deren rudimentäre Text- und Bildbotschaften für Laien

Thomas Pauli-Gabi

Depuis l'ouverture du sentier des légionnaires, de telles scènes se déroulent quotidiennement dans l'ancien camp de légionnaires de Vindonissa. Quand le groupe aura trouvé le coupable et l'aura injurié selon la coutume romaine, toute la classe s'installera dans les baraquements des légionnaires reconstruits à l'identique pour y passer la nuit. Après avoir partagé le dîner autour du feu ils s'immergeront le temps d'une nuit dans une ambiance d'autrefois. Le matin, ils prépareront un petit déjeuner romain sur feu de bois et expérimenteront ainsi l'histoire de la manière la plus sensorielle possible. Après avoir repris des forces, les élèves se dirigeront ensuite vers le musée de Vindonissa, où, enrichis de cette expérience, ils auront plus de facilités à comprendre les trouvailles archéologiques issues du camp de légionnaires.

Une nouvelle stratégie de gestion du patrimoine de Vindonissa

La construction du musée de Vindonissa en 1912 a été un véritable travail pionnier dans le domaine de la médiation archéologique. Depuis, on y expose les trouvailles les plus marquantes et les plus significatives qui, depuis sa rénovation complète en 2011, sont de surcroît présentées dans une mise en scène moderne. Les ruines dégagées lors des fouilles du camp des légionnaires ont été en revanche laissées à l'abandon pendant très longtemps. La médiation autour de la construction de porches, d'un établissement thermal, d'un amphithéâtre et d'autres monuments se limitait à un panneau d'information

▲ Rekonstruiertes Lebensbild des Legionslagers Vindonissa um 90 n. Chr.

▲ Reconstruction graphique du camp légionnaire de Vindonissa, vers 90 apr. J.-C.



▲ Die Station «Offiziersküche» in den Ruinen eines grossen Offiziershauses.

▲ La station «cantine des officiers» dans les ruines d'une grande maison d'officier.

unverständlich waren. Wenngleich schon früh Ruinen konserviert wurden, war sogar die noch immer Wasser führende römische Leitung nur Wenigen bekannt, obwohl sie das einzige noch funktionstüchtige Bauwerk aus der Römerzeit im Gebiet nördlich der Alpen ist. So ist es auch nicht verwunderlich, dass sich pro Jahr nur ein paar Hundert Besucher auf die Suche nach den verstreut im Gelände liegenden Archäologiestätten gemacht haben.

Im Bewusstsein um die grosse kulturgeschichtliche Bedeutung des einzigen römischen Legionslagers auf Schweizer Boden, aber einer kaum vorhandenen Wahrnehmung in der Öffentlichkeit, hat sich die Regierung des Kantons Aargau 2003 zu einer neuen Strategie im Umgang mit dem archäologischen Fundplatz Vindonissa entschlossen. In der Folge wurde mit der Einrichtung einer Vindonissa-Proffessur an der Universität Basel und einer intensivierten Auswertung von Altgrabungen die Erforschung von Vindonissa erheblich gestärkt. Durch den Kauf eines grossen Grundstücks, das in Bezug auf die Erhaltungsbedingungen als Schlüsselstelle einzustufen ist, und die Erhaltung von zwei neu entdeckten und hervorragend erhaltenen Baudenkmalern konnte auch der Schutz des Bodenarchivs verbessert werden. Ein tragender Pfeiler der neuen Vindonissa-Strategie bildete neben der Forschung und dem Schutz auch die Vermittlung der Geschichte am originalen Schauplatz an ein möglichst breites Publikum. Zu diesem Zweck wurde das Vermittlungskonzept des Legionärspfad entwickelt, das die primären Zielgruppen Schulklassen, Familien



dont les messages sous forme de texte et d'images étaient incompréhensibles pour un public non archéologue. Tandis que certaines ruines ont très tôt fait l'objet de mesures de conservation, peu de personnes sont au courant du fait que l'aqueduc romain est le seul monument de la période romaine encore en fonction au nord des Alpes. Ainsi, il n'est pas étonnant que seules quelques centaines d'entre elles par an se soient aventurées à visiter ces vestiges archéologiques éparpillés de part et d'autre sur le terrain.

Tout en étant conscient de la grande signification historique et culturelle du seul camp de légionnaires romain sur le sol helvète, mais sachant également qu'il était quasiment inconnu du public, le gouvernement du canton de l'Argovie s'est décidé en 2003 à mettre en place une nouvelle stratégie de gestion du site archéologique de Vindonissa. Par la suite, l'étude de ce site a connu un renouveau grâce à la création d'une chaire Vindonissa à l'université de Bâle et une intensification de l'élaboration des fouilles plus anciennes. L'achat d'une grande parcelle dont la localisation correspond à une position clé par rapport aux conditions de conservation du site ainsi que la rénovation de deux monuments nouvellement découverts et en excellent état de conservation ont contribué à une meilleure protection des archives conservées dans le sol. Outre la recherche et la conservation, la médiation de l'histoire à l'emplacement même où elle s'est déroulée visant un public très large constituait un pilier important de la nouvelle stratégie développée à Vin-



◀ **Vorbereitungen zum angeleiteten Exerzieren im Römerlager.**

◀ **Préparation à l'exercice militaire avec un instructeur dans le camp romain.**

und Erwachsenengruppen auf spielerische Weise und gleichzeitig fachlich fundiert durch die Alltagsgeschichte des Legionslagers und seine archäologischen Entdeckungen führen sollte. Auf der Basis dieser Zielsetzung realisierte der Kanton Aargau zusammen mit Privaten und Sponsoren den Römer-Erlebnispark Legionärspfad, der nach vierjähriger Planungszeit im Sommer 2009 mit einem Startangebot eröffnet werden konnte¹.

Die historischen und archäologischen Grundlagen

Wir schreiben das Jahr 15 v. Chr. als Roms Legionen die Alpen überquert und das Helvetierland dem Imperium einverleibt haben. Bei einer strategisch günstig gelegenen Siedlung errichten sie als Zwischenstation nach Norden ein erstes Militärlager – Vindonissa. Doch der Erfolg hielt nicht an. Im Jahr 9 v. Chr. erleidet Varus eine verheerende Niederlage. Rom ändert seine Germanien-Politik und Vindonissa wird schrittweise zu einem Legionslager ausgebaut. Von 14 bis 101 n. Chr. waren hier nacheinander drei Legionen stationiert². Sie spielten nicht nur bei der Eroberung des rechtsrheinischen Gebiets, sondern auch im Aufbau der provinziellen Strukturen in der südlichen Germania Superior eine massgebliche Rolle. An keinem anderen Ort zwischen Alpen und Rhein war Rom machtpolitisch so stark präsent. Die 6000 Legionäre und Offiziere brachten mit ihrem Gepäck auch die mediterrane Lebensweise und ihre zivilisatorischen Errungenschaften mit. Das Legionslager funktionierte in der Art eines «Motor der Romanisierung». In Vindonissa befand

donissa. A cet effet, le concept de médiation du sentier des légionnaires a été développé afin d'assurer une médiation à la fois ludique et scientifiquement fondée de l'histoire quotidienne du camp militaire et de ses découvertes archéologiques auprès du public, composé notamment de classes d'écoles, de familles et de groupes d'adultes. Sur la base de cet objectif et avec le soutien de particuliers et de sponsors, le canton de l'Argovie a fait construire, après quatre ans de planification, le parc d'attraction du sentier des légionnaires romains qui a été inauguré en été 2009 avec une offre spéciale de lancement¹.

Les bases historiques et archéologiques

Nous sommes en l'an 15 av. J.-C. Les légions romaines ont traversé les Alpes et ont inclus le pays des Helvètes dans l'Empire. A côté d'un village en position stratégique, elles construisent un premier camp militaire comme station intermédiaire sur la route vers le nord: Vindonissa. Mais les légions n'emportent pas les victoires escomptées. En l'an 9 av. J.-C., Varus subit une terrible défaite. Rome change sa politique vis-à-vis de la Germanie et Vindonissa est progressivement transformé en camp

¹ L'idée et le concept du sentier de légionnaires Vindonissa ont été développés en 2002 dans le cadre d'un travail de diplôme du programme master en management culturel à l'Université de Bâle et qui a été approfondi jusqu'en 2006 par des études de concept. Concernant l'idée du concept, cf. Th. Pauli-Gabi, Vindonissapark – Die antike Oase in der modernen Welt: Projektskizze und Marketingkonzept. In: A. Klein, Armin (éd.), Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2002, Baden-Baden, 2003, Bd. 6, pp. 68-81; K. Bânteli, S. Kumschick, Th. Pauli-Gabi, E. Schneider, Vindonissapark: Ein archäologisches Vermittlungsprojekt. In: R. Keller et al., Spielplan. Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement, 2006, pp. 165-171; Th. Pauli-Gabi, Vindonissapark und Legionärspfad – ein archäologisches Vermittlungsprojekt, Archäologie Schweiz, 29/2, 2006, pp. 58-60; C. Maise, Th. Pauli-Gabi, Römisch träumen im Legionärspfad Vindonissa, Archäologie in Deutschland, 4/2012, pp. 56-59.

¹ Die Idee und das Konzept Vindonissapark-Legionärspfad wurde 2002 im Rahmen einer Diplomabschlussarbeit im Masterprogramm Kulturmanagement der Universität Basel entwickelt und bis 2006 in Konzeptstudien weiter vertieft. Zur Konzeptidee siehe Th. Pauli-Gabi, Vindonissapark – Die antike Oase in der modernen Welt: Projektskizze und Marketingkonzept. In: A. Klein, Armin (Hrsg.), Deutsches Jahrbuch für Kulturmanagement 2002, Baden-Baden, 2003, Bd. 6, S. 68–81; K. Bânteli, S. Kumschick, Th. Pauli-Gabi, E. Schneider, Vindonissapark: Ein archäologisches Vermittlungsprojekt. In: R. Keller et al., Spielplan. Schweizer Jahrbuch für Kulturmanagement. 2006, S. 165–171; Th. Pauli-Gabi, Vindonissapark und Legionärspfad – ein archäologisches Vermittlungsprojekt, Archäologie Schweiz 29/2, 2006, S. 58–60; C. Maise, Th. Pauli-Gabi, Römisch träumen im Legionärspfad Vindonissa, Archäologie in Deutschland, 4/2012, S. 56–59.

² Zur Geschichte des Legionslagers Vindonissa siehe M. Hartmann, Vindonissa, Oppidum, Legionslager, Castrum. Windisch, 1986; M. A. Speidel, Die römischen Schreiftafeln von Vindonissa. Lateinische Texte des militärischen Alltags und ihre geschichtliche Bedeutung. Veröff. GPV XII. Brugg, 1996, bes. S. 40–46; Th. Pauli-Gabi, Vindonissa. In: H. Beck, D. Geuenich, H. Steuer, Reallexikon der Germanischen Altertumskunde, Bd. 32. Berlin, 2006; J. Trumm, Vindonissa. In: Historisches Lexikon der Schweiz (HLS), Version vom 27.3.2013, URL: <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D12287.php>



▲
Kochen mit dem
Legionär.

▲
Cuisiner avec
le légionnaire.

sich das älteste Amphitheater und das damals mit 5000 m² Grundfläche sicher grösste Privathaus der Schweiz, in dem der senatorische Legionskommandant residierte. Auch das erste Spital auf Schweizer Boden mit 60 Krankenzimmern wurde im Legionslager betrieben.

Diese ungewöhnlich detaillierten Kenntnisse des römischen Lagers verdanken wir über 100 Jahren wissenschaftlicher Grabungstätigkeit³. Dabei wurden in Vindonissa so seltene Fundstücke geborgen wie Möbelteile, Lederobjekte und die ca. 600 hölzernen Schreibtäfelchen⁴, deren Inhalte einmalige Einblicke in den privaten und verwaltungstechnischen Alltag eines Legionslagers bieten. Als Folge neuer Ausgrabungen, die ab 2002 durch grosse Bauvorhaben ausgelöst wurden, gab der archäologische Untergrund von Windisch auch in jüngster Zeit aufsehenerregende Funde preis. Besonders eindruckliche Beispiele sind eine Sonnenuhr, ein Merkurtempel und die hervorragend erhaltene Küche im Haus eines ranghohen Offiziers. In der mediterranen Bauweise der Küche manifestiert sich auf

légionnaire. Entre 14 et 101 apr. J.-C., trois légions y ont été stationnées². Elles n'ont pas seulement joué un rôle important lors de la conquête du territoire situé sur la rive droite du Rhin, mais également lors de la mise en place des structures provinciales dans le sud de la Germanie supérieure. Rome n'était aussi présente sur le plan politico-militaire en aucun autre endroit entre les Alpes et le Rhin. Les 6000 légionnaires et officiers n'apportaient pas seulement un mode de vie méditerranéen, mais aussi leurs acquis de civilisation aux villages alentours. En effet, le camp légionnaire jouait le rôle de «moteur de la romanisation». A Vindonissa se trouvaient l'amphithéâtre le plus ancien et, avec ses 5000 m² de surface au sol, le bâtiment privé sans doute le plus grand en Suisse, dans lequel résidait le commandant de la légion. Le premier hôpital de la Suisse, avec 60 lits, se trouvait également dans le camp légionnaire.

Nous devons ces connaissances très détaillées du camp romain à une activité scientifique de fouilles s'étalant sur plus de cent ans³. Au cours de ces investigations, des pièces exceptionnelles notamment des éléments de meubles, des objets en cuir et environ 600 supports à écriture, des tablettes en bois⁴ dont le contenu donne un aperçu de la vie quotidienne tant privée qu'administrative au sein du camp légionnaire ont été mises au jour. Suite à de nouvelles fouilles entreprises à partir de 2002 précédant des travaux de construction importants, le sous-sol de Windisch n'a pas cessé de livrer des découvertes sensationnelles. Des exemples particulièrement impressionnants sont un cadran solaire, le

³ J. Trumm, Vindonissa, Stand der Erforschung I. Vorgeschichte, keltische Zeit und der militärische Komplex, Jb. GPV 2010, S. 37–53; ders., Vindonissa, Stand der Erforschung II. Der zivile Komplex, Jb. GPV 2011, S. 3–22.

⁴ M. A. Speidel, Die römischen Schreibtäfelchen von Vindonissa. Lateinische Texte des militärischen Alltags und ihre geschichtliche Bedeutung. Veröff. GPV XII. Brugg, 1996, S. 76.

⁵ C. Schucany, O. Wey, Brugg-Kabelwerke. In: Th. Pauli-Gabi, Ausgrabungen in Vindonissa, Jb. GPV 2007, S. 93.

⁶ Th. Pauli-Gabi, Ausgrabungen im Gebiet der spälatènezeitlichen Befestigung von Vindonissa. Ein Vorbericht zu den Ergebnissen der Grabung Römerblick 2002–2004, Jber. GPV 2004, S. 13–39; ders., Vindonissa – ein Offiziershaus mit grosser Küche, Ausgrabung Römerblick 2002–2004. In: Z. Visy, Proceedings of the International Congress of Roman Frontier Studies, Pécs/HU 2003. Pécs, 2006, S. 593–606.

anschauliche Weise der damalige Kulturimport aus dem Mittelmeerraum in das Gebiet nördlich der Alpen⁵. Aus dem mit Asche und verkohlten Speiseresten geschwärzten Küchenboden konnte zudem ein guter Teil des Menüplans des Offiziers und seiner Gäste rekonstruiert werden. Die hohen Militärs liessen sich auch in der Provinz mit Mittelmeermakrelen, Austern, Oliven, Feigen und südländischem Wein verwöhnen.

Das Konzept Legionärspfad

Die Besucher sind im Legionärspfad keine passiven Betrachter, sondern nehmen aktiv am Geschehen teil und treten damit in einen spannenden Dialog zwischen dem Heute und einer 2000jährigen Vergangenheit. Was machten die Legionäre eigentlich in der Freizeit, wer putzte täglich die Latrinen und wozu brauchten sie einen Haarauspuffer? Auf dem Rundgang zu den 10 Stationen fügen sich Fragen und Antworten spielerisch zu «Bildern» des täglichen Lebens im Legionslager zusammen. Die Basiselemente der Vermittlung bilden die archäologischen Stationen, wo jeweils ein Thema aus dem Lebensalltag der Legionäre und Offiziere in aufwändigen Inszenierungen dargestellt wird, dazu gehören beispielsweise der Spitalbetrieb, der Thermenbesuch oder die opulenten Gastmähler in den Offiziershäusern. Für einen erlebnisreichen Besuch sind die einzelnen Stationen in verschiedenen Spiel- und Themen-Touren miteinander verbunden. Sie bilden den erzählerischen «Roten Faden» und führen die Besucher in dramaturgisch aufgebauten Rundgängen zu den einzelnen Schauplätzen. Als zentrales Medium für die Vermittlung der kulturgeschichtlichen Inhalte kommt an allen Stationen der mitgeführte Audioguide zum Einsatz. Im Gegensatz zu herkömmlichen Audioführungen, die sich in der Regel auf fachliche Erläuterungen beschränken, taucht man auf dem Legionärspfad in realitätsnahe Hörlandschaften ein, die mit ortsspezifischen Audiocollagen und *story-telling* die Vorstellungskraft anregen. In den Köpfen der Besucher entstehen neue, spannende Bilder möglicher Vergangenheiten. Ein zentraler Bestandteil des Vermittlungskonzepts ist auch das heutige Windisch. Die Besucher pendeln auf ihrem Rundgang zwischen Gegenwart und Vergangenheit. Die Touren werden ergänzt durch Mitmachaktionen für Schulklassen und Gruppen, die eine sinnliche und praktische Geschichtserfahrung ermöglichen.

Die Vermittlungsangebote

Schulklassen und Familien entdecken das ehemalige Legionslager auf Spiel-Touren, wie zum Beispiel im Angebot «Werdet Römer». Dafür erhalten sie am

temple de Mercure⁵ ainsi que la cuisine en excellent état de conservation découverte dans la maison d'un officier de haut rang. Le mode de construction méditerranéen de cette cuisine illustre l'apport culturel qui s'effectue à cette époque depuis le bassin méditerranéen vers la région au nord des Alpes⁶. Il a été possible de reconstruire une bonne partie du menu de l'officier et de ses hôtes à partir du sol de la cuisine, noirci de cendres et de restes de nourriture carbonisés. En province, les militaires de haut rang dégustaient des maquereaux de la Méditerranée, des huîtres, des olives des figues et du vin du sud.

Le concept du sentier des légionnaires

Sur le sentier des légionnaires, les visiteurs ne sont pas des spectateurs passifs, mais participent activement et amorcent ainsi un dialogue entre le présent et un passé vieux de 2000 ans. Que faisaient les légionnaires pendant leur temps libre, qui nettoyait les latrines et pourquoi avaient-ils besoin d'un épilateur? Pendant la visite des dix stations, questions et réponses font, de manière ludique, émerger des «visions» de la vie quotidienne dans le camp légionnaire. Les éléments de base de la médiation sont les stations archéologiques qui présentent, chacune dans une mise scène sophistiquée, un thème de la vie de tous les jours des légionnaires et des officiers. Il peut s'agir, par exemple, du fonctionnement de l'hôpital, de la visite des bains thermaux ou de banquets opulents dans les maisons des officiers. Afin de garantir une visite attractive, les différentes stations sont connectées par des parcours ludiques ou thématiques. Ces derniers servent de «fil rouge» narrateur et guident le visiteur vers les différentes scènes au sein d'un parcours organisé de façon dramaturgique. L'audioguide, étant un support particulièrement adapté à la médiation des contenus historiques et culturels, accompagne toutes les stations. A la différence des audioguides habituels qui se limitent à des explications spécifiques, on immerge sur le sentier

² En ce qui concerne l'histoire du camp romain de Vindonissa cf. M. Hartmann, Vindonissa, Oppidum, Legionslager, Castrum, Windisch, 1986; M. A. Speidel, Die römischen Schreibtafeln von Vindonissa. Lateinische Texte des militärischen Alltags und ihre geschichtliche Bedeutung. Veröff. GPV XII, Brugg, 1996, bes. pp. 40-46, Th. Pauli-Gabi, Vindonissa. In: H. Beck, D. Geuenich, H. Steuer, Reallexikon der Germanischen Altertumskunde, Bd. 32, Berlin, 2006; J. Trumm, Vindonissa. In: Historisches Lexikon der Schweiz (HLS), Version vom 27.3.2013, URL: <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/d/D12287.php>

³ J. Trumm, Vindonissa, Stand der Erforschung I. Vorgeschichte, keltische Zeit und der militärische Komplex, Jb. GPV 2010, pp. 37-53; idem., Vindonissa, Stand der Erforschung II. Der zivile Komplex, Jb. GPV 2011, pp. 3-22.

⁴ M. A. Speidel, Die römischen Schreibtafeln von Vindonissa. Lateinische Texte des militärischen Alltags und ihre geschichtliche Bedeutung. Veröff. GPV XII, Brugg, 1996, p. 76.

⁵ C. Schucany, O. Wey, Brugg-Kabelwerke. In: Th. Pauli-Gabi, Ausgrabungen in Vindonissa, Jb. GPV 2007, p. 93.

⁶ Th. Pauli-Gabi, Ausgrabungen im Gebiet der spätlatènezeitlichen Befestigung von Vindonissa. Ein Vorbericht zu den Ergebnissen der Grabung Römerblick 2002-2004, Jber. GPV 2004, pp. 13-39; idem, Vindonissa – ein Offiziershaus mit grosser Küche, Ausgrabung Römerblick 2002-2004. In: Z. Visy, Proceedings of the International Congress of Roman Frontier Studies, Pécs/HU 2003, 2006, pp. 593-606.

► Schlafräume in den Mannschaftsunterkünften der Legionäre (Contubernia).



Empfang mit dem Römerpass eine neue Identität, um das Rätsel des Gottes Neptun zu lösen. In einer multimedialen «Zeitmaschine» schickt der Legionskommandant die frisch rekrutierten Legionäre auf eine wichtige Mission zur Rettung von Vindonissa. Am rekonstruierten Lagertor, in der versunkenen Offiziersküche, oder beim Abstieg in die *Cloaca Maxima* können sie mit der Beantwortung kniffliger Fragen sogar Karriere in der Legion machen. Unterwegs begegnen ihnen verschiedene Götter, die sich als willkommene Helfer bei der Lösung eines Orakelspruchs erweisen. Das antike Vindonissa bzw. das heutige Windisch wird dabei zum Spielfeld und das Begehen des Areals zum interaktiven Erlebnis in der Gruppe.

Mit weiteren Spielrundgängen zu den Gladiatoren im Amphitheater und zum römischen *Medicus* im Lazarett wurde in den letzten zwei Jahren das Angebot für das junge Zielpublikum stetig erweitert. Erwachsene beschäftigen sich auf einer Forschungsreise mit den archäologischen Entdeckungen, tauchen in die römische *Luxuria* ein oder erfahren Interessantes über Frauen im Legionslager.

Die Hauptattraktion des Legionsärspfads sind die *Contubernia*, der originalgetreue Nachbau von Legionärsunterkünften aus Holz und Lehm. Neben ihrer Funktion als Anschauungsobjekte für die antike Bauweise und die Lebensbedingungen der Legionäre und Offiziere sind die Rekonstruktionen auch Gebrauchsgüter für eine lebendige Geschichtsvermittlung. In den 8er-Mannschaftsunterkünften

des légionnaires dans des paysages sonores très réalistes qui stimulent l'imaginaire avec des collages audio spécifiques à chaque lieu et du *story-telling*. De nouvelles images captivantes des possibles se créent dans les têtes des visiteurs. Un élément central du concept de médiation est également le Windisch actuel. Tout au long de leur promenade, les visiteurs voyagent entre présent et passé. Les parcours sont complétés par des manifestations participatives destinées aux groupes, entre autres scolaires, qui offrent la possibilité de vivre l'histoire par des expériences sensorielles et pratiques.

Les offres de médiation

Des groupes scolaires et des familles découvrent l'ancien camp des légionnaires à travers un parcours ludique, comme par exemple dans l'offre «Devenez des romains». A cet effet, ils reçoivent à l'entrée le passeport romain leur attribuant une nouvelle identité et on leur confie la mission d'éclaircir le mystère du dieu Neptune. Dans une «machine à remonter le temps» multimédia, le commandant de la légion envoie les nouvelles recrues (légionnaires) en mission importante pour sauver Vindonissa. Sous le porche du camp reconstruit, dans la cantine souterraine des officiers ou en descendant dans la *Cloaca Maxima*, ils peuvent même, en répondant à des questions difficiles, faire carrière dans la légion. Sur leur chemin, ils rencontrent différents dieux, qui sont les bienvenus pour résoudre l'oracle. La Vindonissa antique et le Windisch actuel servent ainsi de plateau de jeu et la promenade devient un événement interactif en groupe.



▲
Dortoirs dans les
baraquements des
légionnaires (contu-
bernia).

können bis 70 Personen auf strohgefüllten Leinensäcken und mit dem Duft von Eichenholz in der Nase eine Nacht lang in die Römerzeit eintauchen. Wer in den *Contubernia* der Legionäre übernachtet, wird von einem Geschichtsvermittler in der Rolle eines Legionärs mit einer Tunika aus handgewebtem Leinen eingekleidet und kocht am Abend und zum Frühstück mit ihm zusammen am offenen Feuer römische Originalrezepte nach, etwa die Kraftnahrung der Legionäre, den *Puls*. Bevor alle schlafen gehen, erzählt der Legionär am Lagerfeuer aus dem Alltagsleben in einer römischen Garnison am Rande des Imperiums. Zu den *Contubernia* gehören neben den Mannschaftsteilen auch eine Werkstatt (*Fabrica*) und das Haus des Centurio. Beide Gebäude stehen für Anlässe mit römischem Essen und dazu passendem Kulturprogramm zur Verfügung.

Das Marketing

In der Archäologie verfügen wir über eine natürliche *unique selling proposition*, ein einzigartiges Verkaufsversprechen. Wir können in einem zunehmend virtuelleren Lebensalltag echte Welten und Originale anbieten. Jeder Fund ist ein Original und kann eine neue Geschichte erzählen. Archäologie ist per se ein Abenteuer, bei dem es um das Aufspüren und Entdecken vergangener Zeiten geht. Sie befriedigt damit in hohem Masse das immer noch steigende Bedürfnis nach Authentischem, Wissenserwerb und emotionalen Erfahrungen. Für die Entwicklung eines Archäologieparks lassen sich diese Vorteile nutzbar machen, indem die Angebote the-

Avec d'autres parcours ludiques sur les traces des gladiateurs dans l'amphithéâtre et du *medicus* romain dans l'hôpital militaire, l'offre pour le jeune public a été constamment élargie ces deux dernières années. Les adultes font connaissance avec les découvertes archéologiques lors d'un voyage d'études, s'immergent dans la luxure romaine ou s'instruisent sur la vie des femmes dans le camp légionnaire.

L'attraction principale du sentier des légionnaires sont les *contubernia*, les reconstructions à l'identique des baraquements des légionnaires en bois et torchis. Outre leur fonction d'objets de démonstration illustrant le mode de construction antique, les reconstructions sont également utilisées pour une médiation vivante de l'histoire. Dans les baraquements, par pièces de huit, jusqu'à 70 personnes peuvent s'immerger pendant une nuit dans la période romaine, allongés sur des sacs en lin remplis de paille et l'odeur du bois de chêne dans le nez. Celui qui passe la nuit dans les *contubernia* des légionnaires est vêtu par un médiateur d'histoire dans le rôle du légionnaire d'une tunique en lin tissée à la main et prépare avec lui des recettes originales pour le dîner et le petit déjeuner au feu de bois, comme la bouillie consistante des légionnaires, le *puls*. Avant de se coucher, le groupe est rassemblé autour du feu, où le légionnaire raconte des histoires de la vie quotidienne d'une garnison romaine aux confins de l'empire. En plus des logements des légionnaires, les *contubernia* comprennent également un atelier (*fabrica*) et la maison du centurion. Les deux bâtiments sont mis à disposition pour des occasions spéciales, par exemple un repas romain et un programme culturel accompagnant.

Le marketing

En archéologie, nous disposons automatiquement d'une proposition unique de vente (*unique selling proposition*). En effet, dans un monde de plus en plus virtuel, nous sommes en mesure d'offrir des mondes réels et des pièces originales. Chaque découverte est un original qui peut raconter une nouvelle histoire. L'archéologie elle-même est une aventure qui engage à retrouver et à découvrir les époques du passé. Ainsi, elle satisfait grandement le besoin croissant de l'authentique, de l'acquisition des connaissances et d'expériences émotionnelles.

matisch klar fokussiert, erlebnisorientiert und mit interessanten Zusatzangeboten kombiniert werden, wie zum Beispiel mit Essen und sportlichen Aktivitäten.

Das Konzept des Legionärspfad und seine bis heute realisierten Vermittlungsangebote wurden aus einer klar besucherorientierten Perspektive entwickelt. Von Projektbeginn an standen die Bedürfnisse der verschiedenen Besuchersegmente und die zielgruppenspezifische Aufbereitung der Informationen im Vordergrund. Damit ein junges Publikum, sei es im Schulklassen- oder Familienverband, auf einem bis zu 3-stündigen Rundgang mit Neugier und Lust von einer Ruine zur nächsten wandert, musste besonderes Gewicht auf den Spielcharakter, die Dramaturgie und das Geschichtenerzählen gelegt werden. Als Zusatzangebote wurden die Familiensonntage mit Brotbacken und römischem Handwerk sowie grosse Publikumsanlässe mit Vorführungen von römischen Alltagsszenen und Mitmachaktionen entwickelt. Für das Erwachsenenpublikum hingegen stand die vertieftere Vermittlung von antiken Themen in spannenden Audioführungen und die Kombination mit kulinarischen Zusatzangeboten im Vordergrund. Für Gruppen wurden spezielle Packages geschnürt, bestehend aus Wissensvermittlung, Aktivprogrammen, wie zum Beispiel eine Legionärsausbildung und ein römisches Festessen mit anschliessender Übernachtung im Römerlager. Für die individuelle Beratung im Vorfeld eines Besuchs steht eine Buchungsstelle zur Verfügung. Dort wird dem Kunden auf Wunsch ein massgeschneidertes Angebot für seinen Besuch im Legionärspfad zusammengestellt.

In der Kommunikation räumen wir den Alleinstellungsmerkmalen (*unique selling propositions*) des Legionärspfad einen hohen Stellenwert ein. In Bild- und Textbotschaften wird konsequent die Einzigartigkeit der lebendigen Wissensvermittlung im einzigen Legionslager der Schweiz hervorgehoben. Im Umfeld der Museen und archäologischen Parks in der Schweiz ist der Legionärspfad mit seiner an den Wünschen und Bedürfnissen der Besucher orientierten Vermittlung ein Novum, was ihn dadurch für touristische Leistungsträger besonders interessant macht. Nach drei Jahren ist der Legionärspfad bereits gut vernetzt mit Leistungsträgern aus der Gastronomie, Tourismusbüros, Busunternehmen, Ausflugsanbietern für Gruppen und Individualbesucher. Neben der wichtigen Medienarbeit wird beim Einsatz der Marketinginstrumente besonderes Gewicht auf die zielgruppenspezifischen Web-Plattformen und die Kooperationen mit tou-

Ces avantages peuvent être exploités pour la réalisation d'un parc archéologique en se focalisant sur des thématiques bien définies, en créant des événements et en combinant les offres avec des suppléments intéressants, par exemple des activités culinaires ou sportives.

Le concept du sentier des légionnaires et ses offres de médiations réalisées actuellement ont été développés en fonction du visiteur. Dès le début du projet, les besoins des différents groupes de visiteurs et la présentation de l'information adaptée ont été placés au premier rang. Afin que le jeune public, qu'il soit en sortie scolaire ou en randonnée familiale, conserve sa curiosité et son envie d'une ruine à l'autre, il fallait mettre l'accent plus particulièrement sur le caractère ludique, la mise en scène et le récit d'histoires. Comme offres supplémentaires, ont été développés les dimanches en famille avec la confection de pain et l'artisanat romain ainsi que des manifestations plus importantes pour le public avec des présentations de scènes de la vie quotidienne romaine et des manifestations participatives. Pour le public adulte en revanche, la médiation approfondie de thématiques antiques avec des présentations audioguidées captivantes ainsi que la combinaison avec des offres supplémentaires culinaires ont été mis au premier plan. Pour les groupes, des offres spécifiques ont été élaborées, qui allient transmission de savoir et programmes participatifs, comme par exemple une formation de légionnaire ou un banquet romain suivi d'une nuitée dans le camp romain. Une agence de réservation a été mise à disposition pour fournir des informations pour la préparation d'une visite individuelle. Si souhaité, une offre individuelle est composée pour le client en vue de sa visite du sentier des légionnaires.

La communication réserve une part importante aux propositions uniques de vente (*unique selling propositions*) du sentier des légionnaires. L'information sous forme d'image et de texte souligne constamment le caractère unique de cette médiation vivante des connaissances dans le seul camp légionnaire connu en Suisse. Au sein du réseau des musées et parcs archéologiques en Suisse, le sentier des légionnaires avec sa médiation s'orientant selon les désirs et les besoins des visiteurs est une nouveauté, ce qui le rend particulièrement intéressant pour les acteurs du tourisme. Après trois ans d'existence, le sentier des légionnaires est déjà bien connecté avec les acteurs de la gastronomie, les offices de tourisme, les organisateurs d'excursions pour groupes et les visiteurs individuels. Outre l'important travail médiatique, l'accent est particulièrement mis lors

ristischen Leistungsträgern gelegt. Zur besseren Wahrnehmung in der Tourismusbranche hat sicher ebenso der Gewinn des Schweizer Tourismus-Preises MILESTONE 2011 in der Kategorie «Herausragende Projekte» beigetragen.

In der Saison 2012 kamen zwischen April und Oktober bereits mehr als 32 000 Besucherinnen und Besucher auf den Legionärspfad, wo sie in Spiel- und Themen-Touren, auf Führungen und beim römisch Feiern die Geschichte des Legionslagers Vindonissa kennengelernt haben. Im gleichen Zeitraum haben 3300 Personen von der Möglichkeit Gebrauch gemacht, in authentischer Umgebung eine Nacht lang römisch zu träumen. In den nächsten Jahren ist geplant, den Legionärspfad mit neuen Stationen und lebendigen Vermittlungsangeboten weiter auszubauen.

du déploiement des instruments de marketing sur des plateformes web visant des groupes cibles et les coopérations avec des acteurs du tourisme. L'attribution du prix du tourisme suisse MILESTONE 2011 dans la catégorie «projets exceptionnels» a certainement contribué à une meilleure perception dans le domaine du tourisme.

Pendant la saison 2012, entre avril et octobre, 32 000 visiteurs ont participé au sentier des légionnaires où ils ont fait connaissance lors de parcours ludiques et thématiques, lors de visites guidées et en faisant la fête à la romaine, avec l'histoire du camp légionnaire de Vindonissa. Pendant la même période, 3300 personnes ont profité de la possibilité de rêver une nuit à la romaine dans un environnement authentique. Dans les années à venir, il est prévu de doter le sentier des légionnaires de nouvelles stations et d'offres de médiation vivantes.

ON THE TRAIL OF THE LEGIONNAIRES: EXPERIENCING HISTORY ON LOCATION

Summary

Some 6000 Roman legionnaires once prepared for battle at Vindonissa. The soldiers and centurians brought the achievements of their civilisation and their Mediterranean ways of life with them too, and more than 1000 archaeological discoveries have revealed a great deal about the world in which they lived. On the trail of the legionnaires today one can see, hear, and enjoy the feeling of being transported back 2000 years to the world of the soldiers and their officers.

IL SENTIERO DEI LEGIONARI: COME LA STORIA *IN SITU* DIVENTA UN'ESPERIENZA VISSUTA

Riassunto

6000 legionari romani si sono preparati a Vindonissa per le loro campagne militari. Soldati e ufficiali hanno portato con sé i loro bagagli, il loro modo di vita mediterraneo e le realizzazioni della loro cultura. Più di 1000 campagne di scavo archeologiche hanno messo alla luce le vestigia di quest'epoca. Oggi il sentiero dei legionari permette al visitatore di vedere, ascoltare e percepire in maniera ludica la via dei legionari e dei loro ufficiali superiori grazie alle vestigia antiche risalenti a 2000 anni fa.



Die Visualisierung des Unsichtbaren

Der «Palafittes Guide»

Pour visualiser l'invisible

Le «Palafittes Guide»



◀ Der Lernpfad Wauwilermoos: eine weitere Fundstelle zu entdecken mit dem «Palafittes Guide».

◀ Le sentier didactique du marais de Wauwil. Un autre site à découvrir avec le «Palafittes Guide».

© Kantonsarchäologie Luzern

Erik Thurnherr

Im Juni 2011 wurden die «Prähistorischen Pfahlbauten um die Alpen» zum UNESCO-Welterbe erklärt. Schon im Vorfeld war klar, dass es schwierig sein würde, dieses Kulturgut der Öffentlichkeit zu erklären. Die Fundstellen liegen auf dem Seegrund oder unter Uferverbauungen, Parkplätzen und Gebäuden. Von Pfahlbauten ist weit und breit nichts zu sehen.

Man hätte versuchen können, an jeder der 111 Fundstellen eine Tafel anzubringen, die dem Publikum erklärt, was hier Schützenswertes schlummert. Doch erstens wäre die Koordination einer solchen Aktion über 6 Länder hinweg schwierig gewesen, und zweitens wäre die Anbringung von Tafeln längst nicht überall möglich. Denkmal- und landschaftsschützerische Bedenken standen diesem Vorhaben im Weg.

Erik Thurnherr

En juin 2011, les «sites palafittiques préhistoriques autour des Alpes» ont été inscrits sur la liste du patrimoine mondial de l'UNESCO. Avant cela, il était déjà évident qu'expliquer ce patrimoine au public serait une entreprise difficile. Les sites se trouvent au fond des lacs ou sous des aménagements de rives, des parkings et des bâtiments. Les palafittes sont donc littéralement invisibles.

On pouvait éventuellement envisager l'installation d'un panneau sur chacun de ces 111 sites archéologiques pour documenter leurs trésors respectifs, dignes de protection, et cachés. Mais premièrement, il aurait été difficile de coordonner une telle action entre six pays différents, et deuxièmement, il n'aurait pas été possible d'installer des panneaux sur tous les sites, en raison d'obstacles liés à la protection du patrimoine et de la nature.

Standorte dank einer App finden

Die Lösung, die sich daher anbot, war eine Smartphone-Applikation. Die Informationen müssen nicht unbedingt vor Ort angebracht werden, wenn die Informationen zu den Leuten kommen und diese die Standorte mithilfe von Karte und eingebauter GPS-Funktion problemlos finden können. In gemeinsamer Arbeit zwischen Archäologinnen und Archäologen und der Firma Texetera entstand daher der «Palafittes Guide» – eine Applikation für iPhone und Android-Geräte.

Die App zeigt auf einer Karte für jede Fundstelle den jeweils besten Beobachtungsstandort an. Dieser liegt manchmal genau über der Fundstelle, manchmal aber auch (zum Beispiel bei Privatgrundstücken oder nicht zugänglichen Schilfpartien) am gegenüber liegenden Ufer oder auf einer Anhöhe mit Sicht auf die Fundstelle. Tippt man auf einen der Standorte, hört man in ca. 3 Minuten, was hier im Boden oder im Seegrund liegt und was die Fundstelle für die Archäologie bedeutet.

Die Realität wird zum Film

Die Form der mündlichen Vermittlung wurde einer reinen Textinformation vorgezogen. So nämlich kann man hören und gleichzeitig schauen. Wie in einer Art Filmkommentar legt sich die Information über die Realität und lässt Vergangenes vor dem geistigen Auge aufleben.

Die Herausforderung bestand darin, bei der Vielzahl von Fundstellen nicht immer wieder das Gleiche zu erzählen, trotzdem aber jede Fundstelle auch ohne Vorwissen verständlich zu erklären. Denn die Nutzer sollten selbst entscheiden können, wo sie beginnen und wie viele Standorte sie besuchen wollten.

Die Informationen mussten ausserdem so erzählt werden, dass sie tatsächlich in die Landschaft eingebettet waren. Dies bedingte, dass wir, als Autoren der Texte, jede Fundstelle gemeinsam mit einem Archäologen oder einer Archäologin besuchten, um vom Beobachtungs-Standort aus erklären zu können, wo die Überreste aus der Pfahlbauerzeit liegen. Weil ausser einer Seeoberfläche meist nichts zu sehen ist, entschieden wir uns dafür, zusätzlich zur akustischen Information auf dem Gerät noch ein Bild darzustellen. Es zeigt jeweils ein Fundobjekt, eine Rekonstruktion, eine Fotografie der Grabungstätigkeiten oder sonst etwas, das für das Verständnis hilfreich sein kann. Auf dieses Bild wird in der Erzählung jeweils Bezug genommen. Und so entsteht in drei Minuten jeweils ein kleines Porträt einer Fundstelle, das man sich zwar auch zu Hause anhören kann, das aber erst vor Ort seine wahre Wirkung entfaltet.

Trouver des sites grâce à une application

La solution résidait donc dans la création d'une application pour smartphones. Il n'est pas nécessaire d'afficher les informations sur place quand elles peuvent parvenir directement à leurs destinataires et leur permettre de trouver facilement les sites à l'aide d'une carte et d'une fonction GPS intégrées. Par conséquent, les archéologues et l'entreprise Texetera ont collaboré ensemble à la réalisation du «Palafittes Guide», une application pour iPhone et appareils Android.

Cette application indique sur une carte, pour chaque site, le meilleur point de vue. Il se trouve parfois exactement au-dessus du site, parfois sur la rive opposée (par exemple dans le cas de parcelles privées ou zones de roselières non accessibles), parfois en hauteur avec vue sur le site. Lorsqu'on clique sur l'endroit indiqué, on peut apprendre, en trois minutes d'écoute, ce que cachent le sous-sol ou le fond du lac, et ce que signifie le site pour l'archéologie.

De la réalité au film

Le choix s'est porté sur la formule de l'audioguide plutôt que sur celle d'une information purement textuelle. On peut ainsi écouter et regarder en même temps. A l'instar d'un commentaire de film, l'information se superpose à la réalité et fait revivre le passé par l'imagination.

Le défi, au vu du grand nombre de sites, était de ne pas raconter toujours la même chose, et cependant d'expliquer chaque site de façon compréhensible même pour une personne qui n'aurait pas de connaissances particulières dans le domaine. L'utilisateur doit être libre de décider dans quel ordre et combien d'emplacements il veut visiter.

De plus, il fallait communiquer les informations de façon à les intégrer effectivement dans le paysage. Ce qui impliquait de notre part, en tant qu'auteurs, la visite de tous les sites, chaque fois en compagnie d'un archéologue: nous devons pouvoir raconter la vie des villages lacustres et expliquer l'emplacement des vestiges par rapport au lieu d'observation.

Comme, dans la plupart des cas, on ne voit rien d'autre que la surface du lac, nous avons décidé de présenter une image sur l'appareil, en complément aux informations audio. Elle montre soit un objet, une reconstruction ou une photographie des fouilles, soit un autre élément qui facilite la compréhension. Cette image est intégrée dans le récit. On obtient ainsi un petit portrait du site résumé en trois minutes, que l'on peut également écouter à la maison, mais qui ne produit son véritable effet que sur place.

Online oder offline?

Technisch gesehen, sind vor allem zwei Aspekte hervorzuheben, die im Vorfeld diskutiert und entschieden werden mussten.

Erstens stellte sich die Frage nach der Art der Karten. Sollte die Applikation auf topografischen Karten basieren, oder wollte man sich auf die jeweiligen Online-Kartendienste der Gerätehersteller abstützen. Konkret also zum Beispiel: Swisstopo oder Google Maps? Für topografische Karten spricht deren exzellente Qualität – insbesondere im Gelände – und dass man die Karten in die Applikation einbetten kann. Ist die Karte einmal geladen, braucht es keine Netzverbindung mehr. Als Beispiel für eine solche Lösung sei hier die App «Jungfrau Klimaguide» von Texetera erwähnt. Online-Kartendienste hingegen haben den Vorteil, dass der Perimeter nicht von Anfang an definiert werden muss. Die ganze Welt steht automatisch zur Verfügung. Ausserdem ist auch eine Satelliten-Ansicht möglich, wodurch gewisse Fundstellen oder Untiefen in Seen deutlich zu sehen sind. Aufgrund dieser Vorteile entschieden wir uns für die Online-Karten.

Die zweite Frage betraf die Speicherung des Inhalts. Sollten alle Tondateien in die Applikation eingebettet werden, oder sollten sie vielmehr auf einer Online-Datenbank zur Verfügung stehen? Die Einbettung (auch hier wieder wie beim «Jungfrau Klimaguide») hat den Vorteil, dass die Daten zusammen mit der Applikation auf das Gerät geladen werden und man danach ohne Netzverbindung auskommt. Die Online-Datenbank dagegen hat den Vorteil, dass das System offen ist, dass man Inhalte also auch nachträglich bearbeiten und hinzufügen kann. Da nicht alle betroffenen Regionen von Anfang an mitmachen, entschieden wir uns für die Datenbank-Lösung. Dieser Entscheid hat sich im Nachhinein als richtig erwiesen. Als die Applikation im Juni 2011 lanciert wurde, enthielt sie 56 Standorte, allesamt in der Schweiz. Seither wurden Fundstellen in Deutschland, Frankreich und Österreich hinzugefügt. Die neuen Standorte erscheinen beim Programmstart jeweils automatisch, ohne dass die Applikation aktualisiert werden muss.

Welches Betriebssystem?

Vor einigen Jahren war das iPhone das einzige Gerät, das alle oben genannten Funktionalitäten ermöglichte. Heute gibt es eine Vielzahl von Smartphones, hauptsächlich mit den Betriebssystemen Android und Windows Mobile, mit stetig wachsenden Marktanteilen. Der «Palafittes Guide» wurde zunächst nur als iPhone-Applikation realisiert. Schliesslich war bei der Planung noch nicht einmal sicher, ob die UNESCO-Kandidatur erfolgreich sein würde. Gleich



▲ Archäologen erzählen vor Ort – hier Albert Hafner in Vinelz.

Online ou offline?

D'un point de vue technique, deux aspects en particulier ont dû faire l'objet de discussions préalables avant décision. Premièrement, il s'agissait de définir quel type de carte utiliser. Fallait-il baser l'application sur des cartes topographiques ou recourir aux services cartographiques en ligne des différents fabricants d'appareils? Concrètement, devait-on par exemple opter pour Swisstopo ou plutôt pour Google Maps? Les arguments plaidant en faveur des cartes topographiques résidaient dans leur excellente qualité et dans le fait qu'on puisse intégrer les cartes à l'application. Lorsque la carte est téléchargée, on n'a plus besoin d'une connexion internet. Cette solution a par exemple été choisie pour l'application «Guide Climat Jungfrau» de Texetera. En revanche, les services cartographiques en ligne présentent l'avantage de ne pas devoir définir le périmètre dès le départ. Le monde entier est automatiquement à disposition. De plus, une vue satellite est également possible, qui permet d'observer mieux certains sites ou de distinguer des hauts fonds dans les lacs. Ces avantages nous ont fait opter pour les cartes en ligne.

La deuxième question à trancher concernait le stockage du contenu. Fallait-il intégrer tous les fichiers audio à l'application ou les mettre à disposition dans une base de données en ligne? L'intégration (autre référence au «Guide Climat Jungfrau») présente l'avantage, une fois les données transférées sur l'appareil avec l'application, de pouvoir le faire fonctionner sans connexion au réseau. La banque de

▲ Récits d'archéologues sur le terrain – ici, Albert Hafner à Vinelz.



▲
Eine typische Fund-
stelle: Weit und breit
nichts als Wasser.

▲
Un site palafittique
typique: de l'eau à
perte de vue...

nach der Ernennung zum Welterbe wurde die Realisierung einer Android-Version in Angriff genommen, die 3 Monate später auf den Markt kam.

Der Entscheid, dies zu tun, hat sich als richtig erwiesen. Vor allem ausserhalb der Schweiz gehen unterdessen beinahe 50% der Downloads auf das Konto der Android-Version. Hingegen konnte die Android-Version nicht von der grossen Publizität profitieren, die der «Palafittes Guide» bei seiner Lancierung genoss. Viele Android-Nutzer waren wahrscheinlich am Anfang enttäuscht, dass es keine Version für sie gab, und haben dann nicht erfahren, dass dies drei Monate später nachgeholt wurde. Eine Lektion, die wir daraus gelernt haben, ist also: Wenn Apps für mehrere Betriebssysteme realisiert werden, sollten diese gleichzeitig (oder mindestens gleichzeitig mit den PR-Massnahmen) auf den Markt kommen.

Nicht untergehen

Last but not least sollte nicht vergessen gehen, dass eine derartige App unbedingt beworben werden muss. Es gibt so unendlich viele Spiele, Guides, Tools und Utilities für Smartphones, dass das meiste einfach untergeht. Bei all den seichten Angeboten sind Journalisten aber oft froh, wenn sie über Apps mit etwas mehr Substanz berichten können. Die klassischen Medien sind also für unsere Zwecke die besten Multiplikatoren.

Ein Millionenpublikum wird man mit dem «Palafittes Guide» zwar nie erreichen. Aber wenn interessierte Kreise die App kennen, nutzen und anderen davon erzählen, ist das Hauptziel bereits erreicht: Das Unsichtbare bleibt sichtbar.

données en ligne présente en revanche l'avantage d'un système ouvert dont on peut par la suite modifier ou enrichir les contenus.

Comme les régions concernées n'étaient pas toutes parties prenantes au départ du projet, nous avons opté pour la solution de la banque de données. Avec le recul, cette décision était effectivement la bonne. Lorsque l'application a été lancée en juin 2011, elle contenait 56 sites, tous en Suisse. Depuis, ont été rajoutés des sites d'Allemagne, de France et d'Autriche. Les nouveaux sites apparaissent automatiquement lorsque l'on active le programme, sans qu'il faille réactualiser l'application.

Quel système d'exploitation?

Il y a quelques années, l'iPhone était le seul appareil permettant toutes les fonctionnalités mentionnées ci-dessus. Aujourd'hui, il existe une multitude de smartphones, principalement avec les systèmes d'exploitation Android et Windows Mobile, avec des parts de marché en croissance continue. Le «Palafittes Guide» a été initialement conçu comme application iPhone uniquement. Au moment de la planification, l'issue de la candidature auprès de l'UNESCO était encore incertaine. Dès l'inscription au patrimoine mondial, démarrait la réalisation d'une version Android. Trois mois plus tard, elle était disponible sur le marché.

Cette décision s'est avérée être la bonne. Près de 50% des téléchargements, et principalement ceux effectués hors de Suisse, vont sur le compte de la version Android. En revanche, la version Android n'a



pas pu profiter de la grande campagne publicitaire dont a bénéficié le «Palafittes Guide» lors de son lancement. De nombreux utilisateurs Android étaient probablement déçus de n'avoir pas eu, au départ, de version pour eux, et n'ont pas su qu'elle était disponible trois mois plus tard. Nous en avons tiré la leçon suivante: lorsque des applications sont réalisées pour plusieurs systèmes d'exploitation, elles doivent arriver simultanément sur le marché (ou du moins en même temps que les actions de communication).

Ne pas se noyer

Last but not least, il faut se souvenir qu'une telle application doit faire l'objet d'une campagne promotionnelle. Il existe tellement de jeux, guides, outils et utilitaires pour smartphones, que la plupart d'entre eux se noient dans la masse. Dans cette multitude d'offres, banales pour la plupart, les journalistes sont souvent heureux de trouver matière à des articles un peu plus substantiels sur des applications. Les médias classiques sont ainsi nos meilleurs multiplicateurs en termes d'objectifs.

Le «Palafittes Guide» n'aura vraisemblablement jamais des millions d'utilisateurs. Mais si les milieux intéressés connaissent cette application et en parlent à d'autres, le but est atteint: l'invisible demeure visible.

◀ Der «Palafittes Guide» erlaubt eine punktgenaue Ortung der Fundstellen – und der archäologischen Museen

◀ Le «Palafittes Guide» permet une localisation précise des sites – et des musées archéologiques.

THE «PALAFITTES GUIDE»: BRINGING THE INVISIBLE TO LIFE

Summary

The «Palafittes Guide» is a perfect example of audio guides to outdoor areas. The designation of the pile-dwelling sites around the Alps as UNESCO World Heritage Sites has required this invisible heritage to become publicly accessible. Information boards cannot always be provided at these sites, which are widely scattered from France and Slovenia, and guides in alternative forms are often required.

LA «GUIDA PALAFITTE» RENDERE VISIBILE L'INVISIBILE

Riassunto

La «Guida Palafitte» è un esempio perfetto dell'utilizzazione dell'audioguida nella natura. Durante la classificazione dei siti palafitticoli come patrimonio mondiale UNESCO, uno degli obiettivi era quello di rendere questo patrimonio invisibile accessibile al pubblico. I numerosi siti si trovano sparsi tra la Francia orientale e la Slovenia, e numerosi luoghi non possono adottare pannelli d'informazione.



Zukunftsaussichten

Perspectives d'avenir

Cynthia Dunning

Ausgangssituation

Die Schweizer Archäologen stehen dem Kulturtourismus im Allgemeinen ablehnend gegenüber, während die Touristiker das Potential verkennen, das die Archäologie für das lokale oder sogar nationale Angebot bietet. Daher pflegen nur wenige archäologische Institutionen die Zusammenarbeit mit den Tourismusbüros. Aber wenn dies der Fall ist, so werden meistens positive und nachhaltige Ergebnisse erzielt. Dies erfordert jedoch kontinuierliche Anstrengungen und eine gemeinsame Sichtweise.

Die von den Archäologen erzielten fachspezifischen Ergebnisse müssen auf die eine oder andere Art publik gemacht werden. Die Erkenntnisförderung in der Bevölkerung ist eine Vermittlungsarbeit, die besondere Kenntnisse voraussetzt. Dabei müssen das geschichtliche Wissen mit den in ständiger Entwicklung befindlichen Kommunikationswerkzeugen verbunden werden, aber auch die Interessen der

Cynthia Dunning

Situation actuelle

L'archéologie suisse se méfie en général du tourisme culturel tandis que le tourisme ignore le potentiel de l'archéologie pour la promotion locale, voire nationale. Ainsi, peu d'institutions archéologiques collaborent avec des offices de tourisme. Toutefois, quand elles le font, les résultats sont souvent positifs et de longue durée. Cela implique cependant des efforts continus et une vision commune.

Les résultats du travail de l'archéologue appartiennent à la communauté et doivent être transmis à la société d'une façon ou d'une autre. Leur promotion auprès de la population est un travail de médiation qui demande des connaissances particulières liant le savoir historique aux outils de communication en continuelle évolution et à la connaissance des intérêts de la population à laquelle on s'adresse. Un partenariat entre archéologues et spécialistes du tourisme s'impose donc.

Bevölkerungsgruppe, an die man sich richtet, eingeschätzt werden. Eine Partnerschaft zwischen Archäologie und Touristikern ist daher unerlässlich.

Ergebnisse der Tagung

Vorliegender Band zeigt, dass die Zusammenarbeit zwischen Archäologie und Tourismus möglich ist. Anlässlich der Tagung fanden erste grundlegende Überlegungen statt und es wurde eine Reihe von Ansätzen für zukünftige Zusammenarbeit formuliert.

Eine gemeinsame Plattform

Die Notwendigkeit regelmässiger Tagungen wurde sowohl von den Archäologen als auch von den Touristikern betont, wobei auch auf die Rolle der bereits bestehenden Netzwerke beim Aufbau dieser Zusammenarbeit aufmerksam gemacht wurde. Es wäre vorstellbar, dass Archäologie Schweiz und Schweiz Tourismus, zwei auf nationaler Ebene aktive Institutionen, die Organisation derartiger Treffen übernehmen. Aber durch den Mangel an Personal und Finanzen seitens der einen, sowie die Ausichtslosigkeit der anderen, Mittel für einen relativ unbedeutenden Markt bereit zu stellen, ist es heute für beide Institutionen undenkbar, nachhaltige Aktivitäten zwischen Archäologie und Tourismus im Alleingang aufzubauen. Daher hat der für die Organisation dieser ersten Tagung gegründete Verein ArchaeoTourism 2012 seine volle Existenzberechtigung, insbesondere im Hinblick auf die längerfristige Organisation von Treffen zwischen Archäologen und Touristikern. So fand im Juni 2013 ein Rundgespräch zum Thema «Eventveranstaltungen» statt und eine zweite, für 2014 geplante Tagung befindet sich in der Vorbereitung.

Wir gehen sogar noch einen Schritt weiter und hoffen, dass sich ArchaeoTourism 2012 weiterentwickelt, und so zu einer Plattform für Austausch und Information werden kann, um die Partnerschaft zwischen Archäologie und Tourismus in der Schweiz zu unterstützen.

Tatsächlich muss die Zusammenarbeit zwischen den Archäologen und den Touristikern auf lokaler Ebene mit verschiedenen Mitteln gefördert werden, wie zum Beispiel Informations- und Kommunikationsplattformen. Nur so können sich Möglichkeiten eines Dialogs ergeben oder gemeinsame Projekte umgesetzt werden.

Förderung eines gemeinsamen Projektes auf nationaler Ebene

Ein Mittel, um die Zusammenarbeit auf nationaler Ebene zu fördern, wäre die Entwicklung eines die Kantonsgrenzen übergreifenden Projektes. So

Résultats de la conférence

Cette publication nous montre que la collaboration entre l'archéologie et le tourisme est possible. Lors de cette conférence, une première réflexion de fond a eu lieu et différentes pistes ont été identifiées pour un futur travail en commun.

Une plateforme commune

La nécessité de rencontres régulières a été très clairement exprimée aussi bien par les partenaires de l'archéologie que par ceux du tourisme, ainsi que le rôle que devraient prendre les réseaux existants dans le développement de ces liens. On pourrait s'imaginer qu'Archéologie Suisse et Suisse Tourisme, deux organisations actives au niveau national, puissent prendre en charge la mise en place de telles réunions. Toutefois, le manque de capacités humaines et financières de l'une et l'impossibilité de dégager des fonds pour une part de marché relativement négligeable de l'autre font qu'il est aujourd'hui impensable pour ces deux institutions de mettre en place par elles-mêmes un suivi d'activités entre les milieux archéologiques et touristiques. Dès lors, l'association ArchaeoTourism 2012, créée pour organiser ce premier colloque, a toute sa raison d'être, en particulier en ce qui concerne l'organisation de rencontres entre archéologues et spécialistes du tourisme à plus long terme. Ainsi, une table-ronde sur le thème de l'événementiel a eu lieu en juin 2013 et un second colloque se prépare pour 2014.

Allons même plus loin, et osons proposer qu'ArchaeoTourism 2012 puisse se développer afin de devenir une plateforme d'échanges et d'information qui soutiendrait par ce fait le partenariat entre l'archéologie et le tourisme en Suisse.

En effet, la collaboration entre acteurs locaux de l'archéologie et du tourisme doit être soutenue par la mise en place de différents moyens, tels des plateformes d'information et de communication. Ainsi seulement pourront émerger des possibilités de dialogue ou bien la mise en œuvre de projets communs.

Promotion d'un projet commun au niveau national

Un moyen de promouvoir la collaboration au niveau national serait de développer un projet qui dépasse les frontières cantonales. En effet, l'apport de l'archéologie pour le tourisme serait ainsi mis en valeur et l'intérêt du tourisme pour améliorer la visibilité des sites archéologiques, dans le respect des vestiges sur le long terme, serait justifiée.

Les Journées européennes du Patrimoine semblent jouer ce rôle en faisant connaître à la population des sites historiques et archéologiques choisis dans toute la Suisse. Les milieux archéologiques estiment cependant que la part de l'archéologie y est réduite. Le mé-

könnte der Beitrag der Archäologie für den Tourismus aufgewertet und das Interesse des Tourismus für eine bessere Wahrnehmung der archäologischen Fundstätten verbunden mit einem längerfristigen Schutz der Hinterlassenschaften gerechtfertigt werden!

Die Europäischen Tage des Denkmals scheinen diese Rolle zu übernehmen, indem sie ausgewählte historische und archäologische Stätten in der gesamten Schweiz für die Bevölkerung zugänglich machen. Die Archäologen sind jedoch der Ansicht, dass die Archäologie dabei kaum vertreten ist. Der Beruf des Archäologen, die Rätsel im Zusammenhang mit den Entdeckungen und die oft komplexen Techniken, die eine Interpretation ermöglichen, faszinieren den Laien. Von Natur aus sind diese Faktoren aufschlussreiche Elemente für die Entwicklung von Events, die besonders vom Lokaltourismus sehr geschätzt werden. Die Schaffung eines nationalen Tages der Archäologie – ein Event als solches –, wie dies beispielsweise bereits in Frankreich der Fall ist, könnte eine kontinuierliche Förderung dieses Berufes sichern und für den Tourismus durch seine nachhaltige Resonanz eine Plattform für eine sowohl wirtschaftliche als auch politische Anerkennung bieten.

Darüber hinaus muss man sich auch auf die Entwicklung von touristischen Projekten einstellen, die von Privatleuten oder Institutionen initiiert werden und eine Inwertsetzung der archäologischen Fundstätten und Landschaften sowohl auf lokaler und regionaler, als auch auf nationaler Ebene anstreben!

Fortbildung

Die an der Tagung in Thun geführten Diskussionen haben auch die Notwendigkeit von Fortbildungsmodulen hervorgehoben, sowohl für die Archäologen im Bereich des Tourismus wie für die Touristiker im Bereich der Archäologie. Denn nur so kann eine Bewusstseinsbildung des jeweiligen Partners für die Besonderheiten seines Gegenparts begleitet und entwickelt werden. Dieses Ziel kann mit Sicherheit über Fachschulen und Universitäten erreicht werden, aber auch durch die Vorbereitung von Tagungen und Seminaren, gefolgt von Übungen, die unabhängig von den in diesem Bereich aktiven Vereinen durchgeführt werden können. Die ersten Kontakte mit den Vertretern dieser Hochschulen waren positiv und müssen weiter ausgebaut werden. Die Ergebnisse werden jedoch nur langfristig fassbar sein, nämlich erst dann, wenn die neuen Generationen von Archäologen und Touristikern die erworbenen Kompetenzen anwenden. Dies innerhalb von Berufsstrukturen, die bereit sind, zu akzeptieren, dass die Archäologie fester Bestandteil der Tourismuslandschaft ist.

tier de l'archéologue, le mystère lié à la découverte et les techniques souvent complexes permettant l'interprétation des découvertes fascinent le quidam. Ces facteurs sont par nature des éléments révélateurs pour le développement d'événements ponctuels si appréciés par le tourisme local en particulier. La mise en place d'une journée nationale de l'archéologie – événement par excellence –, comme elle existe en France par exemple, pourrait assurer une promotion continue de ce métier et offrir une plateforme aidant par sa résonance sur le long terme à la reconnaissance économique par le tourisme autant que politique.

Il faut s'attendre en outre à la mise en place de projets touristiques initiés par des privés ou des institutions valorisant des sites ou des paysages archéologiques à un niveau aussi bien local, régional que national!

La formation continue

Les discussions menées durant le colloque de Thoun ont aussi révélé la nécessité de développer des modules de formation continue aussi bien pour les archéologues dans le domaine du tourisme que pour les spécialistes du tourisme dans le domaine de l'archéologie. C'est seulement ainsi que l'on pourra accompagner et développer la prise de conscience de chaque partenaire des particularités de sa contrepartie. La voie pour atteindre cet objectif passe certainement par les écoles spécialisées et les universités, mais aussi par la préparation de colloques et séminaires suivis de travaux pratiques, qui pourraient être mis en place indépendamment par les associations travaillant dans le domaine. Les premiers contacts avec les représentants de ces hautes écoles ont été positifs et doivent être encore développés. Les résultats ne seraient perceptibles que sur le long terme, quand de nouvelles générations d'archéologues et de spécialistes du tourisme en viendraient à mettre en œuvre les compétences acquises au sein de structures de travail prêtes à accepter que l'archéologie fasse partie intégrante du paysage touristique.

L'authenticité, une clef pour le succès?

Une contribution importante de l'archéologue (et de l'historien) au tourisme est certainement de pouvoir assurer la qualité nécessaire pour garantir l'authenticité des traditions et l'évaluation des sites historiques présentés au touriste local autant qu'étranger. En effet les compétences des spécialistes peuvent être essentielles pour évaluer les reconstitutions proposées par certains fournisseurs d'activités, en limitant ainsi les excès de zèle de promoteurs d'un tourisme basé sur des traditions parfois inventées de toute pièce! Consultation et échanges d'informations sont indispensables dans ce domaine et permettent d'assurer le succès d'entreprises touristiques locales basées sur les coutumes et traditions.

Authentizität, ein Schlüssel für den Erfolg?

Die Qualitätsgarantie, die die Archäologen (und Historiker) dem Tourismus bieten können, ist mit Sicherheit ein wichtiger Beitrag, wenn es sich darum handelt, die Authentizität von Traditionen und die Beurteilung von historischen Stätten zu sichern, die den sowohl einheimischen als auch ausländischen Touristen zur Besichtigung angeboten werden. Tatsächlich kann das Wissen der Spezialisten wichtig sein, um die Rekonstruktionen, die von manchen Eventanbietern vorgeschlagen werden, zu beurteilen. So kann der Übereifer von Anbietern eines Tourismus, der manchmal auf rein erfundenen Traditionen basiert, gebremst werden! Beratung und Informationsaustausch sind in diesem Bereich unerlässlich und können den Erfolg lokaler touristischer Projekte, die auf Traditionen und Bräuchen basieren, garantieren.

Schlussfolgerung

Diese Ansätze, die am Schluss der ersten Tagung skizziert wurden, zeigen, dass es im Bereich der Archäologie und des Tourismus in der Schweiz noch viel zu tun gibt. Wenn manche Projekte längerfristige Arbeit erfordern, so können andere schneller umgesetzt werden. ArchaeoTourism 2012 bemüht sich darum, nach Anwendungsmöglichkeiten zu suchen, indem die Kommunikationsstrukturen analysiert und die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Partnern, Archäologen und Touristikern, erleichtert wird, zunächst durch die Organisation von Seminaren und Tagungen oder aber durch Informationsaustausch, bis hin zum Aufbau einer von allen Partnern verabschiedeten nationalen Plattform.



Conclusion

Ces quelques pistes esquissées au terme de ce premier colloque montrent qu'il reste beaucoup à faire dans le domaine de l'archéologie et du tourisme en Suisse. Si certaines voies impliquent un travail de longue haleine, d'autres projets peuvent être mis en place plus rapidement. ArchaeoTourism 2012 s'efforcera d'identifier les possibilités de mise en œuvre en analysant les structures de communication existantes et en facilitant les rencontres entre partenaires archéologues et spécialistes du tourisme par l'organisation de séminaires et colloques ou encore par la promotion des échanges d'informations jusqu'à la mise en place d'une plateforme nationale avalisée par tous les partenaires.



Archäologische Fundstellen besuchen

Visiter les sites archéologiques

Cynthia Dunning

Von den in der Schweiz registrierten archäologischen Fundstellen, sind mehr als 400 regelmässig für Besichtigungen geöffnet, andere können auf Voranmeldung oder im Rahmen von Führungen besucht werden. Die Zugänglichkeit dieser Fundstätten ist sehr variabel und hängt von ihrer geographischen Lage ab. Daher bleiben sie für die Mehrzahl der Besucher unbekannt. Die Informationen zu diesen Fundstellen sind in unterschiedlicher Form publiziert, entweder in Führern oder auf Webseiten.

Cynthia Dunning

Plus de 400 sites archéologiques recensés en Suisse sont ouverts régulièrement aux visiteurs, d'autres le sont sur rendez-vous ou dans le cadre de visites guidées. L'accessibilité à ces sites est très variable et dépend de leur situation géographique et ils restent par ce fait inconnus de la majorité des visiteurs. L'information sur ces sites est publiée sous différentes formes, soit dans des guides soit sur des sites web.

Führer

Die zahlreichen Führer, zum grössten Teil von Vereinen und Verbänden publiziert, geben die Möglichkeit, sich über den Besuch von Stätten in der Schweiz zu informieren. Sie geben auch Auskunft über die Zugangsmöglichkeiten, die Öffnungszeiten und sehr häufig auch über Verpflegungs- oder Unterkunftsangebote in der Nähe (Restaurants-Hotels).

Archäologie Schweiz (AS) hat vier handliche archäologische und kulturgeschichtliche Führer für verschiedene Regionen in der Schweiz herausgegeben. Sie enthalten praktische Informationen wie Kontaktadressen, Öffnungszeiten usw., die die Planung von Ausflügen erleichtern. Die Führer sind reich bebildert und mit einer Karte, einem Glossar und Ortsregister ausgestattet. Sie können auf der Webseite von Archäologie Schweiz bestellt werden.

Les guides

De nombreux guides publiés pour la plupart par des associations et des sociétés permettent de connaître le patrimoine visitable en Suisse. Ils indiquent l'accessibilité et très souvent encore la proximité d'infrastructures d'accueil (restaurants – hôtels).

Archéologie Suisse (AS) a édité un ensemble de quatre guides archéologiques et historiques de différentes régions de la Suisse. Ils fournissent les renseignements tels que les adresses de contact, horaires d'ouverture, etc. utiles à l'organisation d'excursions. Les guides sont richement illustrés et pourvus d'une carte, d'un glossaire et d'un index des lieux. On peut les commander sur le site web d'Archéologie Suisse.

<http://www.archaeologie-schweiz.ch/Archeologie-histoire-culture.139.0.html?&L=3>

- **Linth, Seez, Limmat et plus... un guide culturel** / *Archéologie Suisse (éd.)*. (2011) (édition française)
- **Linth, Seez, Limmat und mehr... ein kultur-geschichtlicher Führer** / *Archäologie Schweiz (Hrsg.)*. (2011) (deutschsprachige Ausgabe)
- **Voyage historique au cœur de la Suisse** / *Archéologie Suisse (éd.)*. (2008) (édition française)
- **Geschichte erleben im Herzen der Schweiz** / *Archäologie Schweiz (Hrsg.)*. (2008) (deutschsprachige Ausgabe)
- **100% Archéologie Suisse. Les 100 plus beaux sites archéologiques de Suisse – un guide** / *Archéologie Suisse (éd.)*. (2007) (édition française)
- **100% Archäologie Schweiz: 100 der schönsten archäologischen Objekte der Schweiz – ein Führer** / *Archäologie Schweiz (Hrsg.)*. (2007) (deutschsprachige Ausgabe)
- **100% Archeologia Svizzera. 100 fra i più bei siti archeologici della Svizzera – una guida** / *Archeologia Svizzera (ed.)*. (2007) (edizione italiana)
- **Le livre à remonter le temps: guide archéologique et historique de la région des Trois-Lacs et du Jura** / *Société Suisse de Préhistoire et d'Archéologie (éd.)*. (2002) (édition française)
- **Das Zeit-Reise-Buch: archäologische und historische Ausflüge in der Dreiseenregion und im Jura** / *Schweizerische Gesellschaft für Ur- und Frühgeschichte (Hrsg.)*. (2002) (deutschsprachige Ausgabe)

Bei den «Archäologischen Führern der Schweiz» (AFS) handelt es sich um kleine Einzelbände, die anhand von Plänen, Fotos und Rekonstruktionen die wichtigsten Informationen zu zahlreichen archäologischen Fundorten und Museen vermitteln. Sie sind entweder auf Deutsch oder auf Französisch geschrieben, manche sind auch in beiden Sprachen erhältlich. Sie können ebenfalls bei Archäologie Schweiz bestellt werden (<http://www.archaeologie-schweiz.ch/AFS-GAS.172.0.html?&L=0>).

De même, la collection «Guides archéologiques de la Suisse» (GAS) est constituée de petites publications monographiques fournissant tous les renseignements nécessaires sur de nombreux sites et musées archéologiques à l'aide de plans, de photos et de reconstitutions. Ils sont écrits soit en allemand, soit en français. Certains ont été édités dans les deux langues. Ils peuvent être commandés auprès d'Archéologie Suisse (<http://www.archaeologie-schweiz.ch/GAS-AFS.172.0.html?&L=3>).

Für diejenigen, die den Besuch von Baudenkmälern vorziehen, hat der Schweizer Heimatschutz die Reihe «Baukultur entdecken» herausgegeben. Diese Faltblätter enthalten Rundgänge zu Stätten mit architektonischen und baugeschichtlichen Highlights, die als Spaziergänge konzipiert sind. Diese reich bebilderten Publikationen sind mit Kurzinformationen und einem Plan versehen. Sie können über die Webseite des Schweizer Heimatschutzes bezogen werden (<http://www.heimatschutz.ch/index.php?id=737>).

Die Publikationsreihe «Schweizerische Kunstführer», die von der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte (GSK) herausgegeben wird, umfasst mehr als 900 Nummern. Sie dienen nicht nur als Nachschlagewerke sondern sind auch praktische Reiseführer. Manche Broschüren stellen nicht nur Baudenkmäler, sondern auch archäologische Fundstätten vor. Die Schweizerischen Kunstführer können meistens vor Ort oder über die Geschäftsstelle der Gesellschaft für Schweizerische Kunstgeschichte bezogen werden. Ergänzend zu diesen Broschüren enthält der vierbändige «Kunstführer durch die Schweiz» wichtige Informationen und Erläuterungen den schweizerischen Kulturdenkmälern in ihrer gesamten Vielfalt von der Antike bis in die Gegenwart (<http://www.gsk.ch/de/kunstfuehrer.html>).

Die Reihe «Guides à pattes» begleitet die jungen Leser bei ihrer Entdeckung des archäologischen Kulturerbes (<http://www.lesguidesapattes.ch/>). Die gleichzeitig didaktischen und unterhaltsamen Broschüren der Reihe stellen die schweizerischen Archäologiemuseen vor, darunter Yverdon-les-Bains, Avenches, Vallon, Lausanne und Vindonissa.

Weitere Archäologieführer sind in verschiedenen Verlagen erschienen, wie zum Beispiel (ohne Anspruch auf Vollständigkeit):

Pour ceux et celles qui préfèrent visiter les trésors du patrimoine bâti, l'association Patrimoine Suisse a édité une série de guides/dépliants, nommée «Découvrir le patrimoine» qui présentent des circuits consacrés aux sites d'intérêt architectural ou historique conçus comme des balades. Ces publications, richement illustrées assorties d'informations brèves et d'un plan, peuvent être commandés sur le site web de Patrimoine Suisse (<http://www.patrimoinesuissesuisse.ch/index.php?id=737&L=1>).

La série des «Guides d'art et d'histoire de la Suisse SHAS», comprend plus de 900 titres servant d'ouvrages de référence tout en étant des compagnons de voyage utiles. Certains numéros concernent non seulement des monuments historiques bâtis mais aussi des sites archéologiques. Les Guides d'art et d'histoire de la Suisse SHAS sont généralement en vente sur place, mais peuvent être également commandés auprès de la Société d'histoire de l'art en Suisse. A ces guides s'ajoutent encore les quatre volumes du «Guide artistique de la Suisse» qui donnent de précieuses informations et références sur les biens culturels de la Suisse dans toute leur diversité de l'Antiquité à nos jours (<http://www.gsk.ch/fr/guides.html>).

Afin d'accompagner le jeune lecteur dans sa découverte du patrimoine archéologique, la collection les Guides à pattes (<http://www.lesguidesapattes.ch/>) propose des brochures à la fois pédagogiques et divertissantes pour présenter les musées archéologiques suisses, dont Yverdon-les-Bains, Avenches, Vallon, Lausanne et Vindonissa.

D'autres guides ont paru chez différents éditeurs qui se concentrent également sur les sites archéologiques en Suisse, notons en particulier (sans être exhaustifs):

- **Guide archéologique du Jura et du Jura bernois** / Juillerat Cl., Schifferdecker F. et al., Cercle d'archéologie de la SJE, Porrentruy (1997).
- **Sur les traces des archéologues. 33 sites remarquables du Jura et du Jura bernois** / Cercle d'archéologie de la Société jurassienne d'Emulation et des Editions D+P SA (2013)
- **Auf den Spuren der Kelten und Römer: 20 Wanderungen in der römischen Schweiz** / Judith Rickenbacher, OttSpezialWanderführer, Ott, Thun (1992)
- **Wanderungen in die Urgeschichte: 17 Ausflüge zu Stätten der Stein-, Bronze- und Eisenzeit in der Schweiz** / Geneviève Lüscher, OttSpezialWanderführer, Ott, Thun (1986)

Webseiten:

Die meisten Kantonsarchäologien haben eine eigene Webseite. Auf diesen Seiten findet sich oft eine Rubrik, in der die öffentlich zugänglichen archäologischen

Les sites web:

La plupart des services archéologiques cantonaux ont des sites web. Ces sites ont souvent des rubriques mentionnant des sites archéologiques visitables

Fundstätten verzeichnet sind und die Broschüren zum Ausdrucken anbieten. Und schliesslich sollen auch die 67 Museen in der Schweiz mit grösseren archäologischen Sammlungen nicht vergessen werden. Sie sind unter der Adresse <http://www.museums.ch/ins-museum/museumssuche/> aufgelistet.

ainsi que des brochures imprimables. Et n'oublions pas les 67 musées qui ont des collections archéologiques importantes et que l'on peut trouver sous <http://www.museums.ch/fr/au-musee/recherche-de-musees/>.

- **Aargau:** https://www.ag.ch/de/bks/kultur/archaeologie_denkmalpflege/archaeologie/sehenswuerdigkeiten/sehenswuerdigkeiten.jsp
- **Basel-Landschaft:** <http://www.archaeologie.bl.ch/Pages/news.html>
- **Basel-Stadt:** <http://www.archaeobasel.ch/vermitteln/allgemeines/index.php>
- **Bern:** <http://www.erz.be.ch/erz/de/index/kultur/archaeologie/fundstellen.html>
- **Fribourg:** <http://www.fr.ch/saef/fr/pub/actualites.cfm>
- **Genève:** <http://www.geneve.ch/patrimoine/sca/#sites>
- **Graubünden:** <http://www.graubuendenkultur.ch/>
- **Jura:** http://www.jura.ch/services/oph/sar/Sites_importants/Sites_Imp.htm
- **Luzern:** <http://www.da.lu.ch/index/vermittlung.htm>
- **St. Gallen:** <http://www.sg.ch/home/kultur/archaeologie/ausflugsziele.html>
- **Schaffhausen:** <http://www.sh.ch/Fundstellen.815.0.html>
- **Solothurn:** <http://www.so.ch/departemente/bau-und-justiz/denkmalpflege-archaeologie/archaeologie/aktuell.html>
- **Thurgau:** http://www.archaeologie.tg.ch/xml_22/internet/de/application/d14479/f14933.cf
- **Vaud:** <http://www.patrimoine.vd.ch/archeologie/sites-archeologiques/>
- **Zürich:** <http://www.are.zh.ch/internet/audirektion/are/de/archaeologie/archaeologie/ausflugtipps.html>
- **Stadtarchäologie Zürich:** http://www.stadt-zuerich.ch/content/hbd/de/index/archaeologie_denkmalpflege_u_baugeschichte/stadtarchaeologie/stadtgeschichte.html
- **Prähsitorische Pfahlbauten um den Alpen / Sites palafittiques autour des Alpes:** <http://www.palafittes.org/>
- **Site et Musée Romain Avenches:** <http://www.aventicum.org>
- **Augusta Raurica:** <http://www.augustaurica.ch>

Die meisten Vereine, die auf dem Gebiet der Archäologie tätig sind, sind auch im Internet präsent und informieren regelmässig über ihre Publikumsaktivitäten und Neuerscheinungen etc. Einzelne Vereine sind besonders tourismusorientiert:

La majorité des associations travaillant dans le domaine du patrimoine sont également accessibles sur le web et informent par ce moyen des activités pour le public et de leurs publications les plus récentes, etc. Certaines sont particulièrement axées sur le tourisme:

- **Nationale Informationsstelle für Kulturgüter-Erhaltung / Centre national d'information pour la conservation des biens culturels (NIKE):** www.nike-kultur.ch
- **Via Storia:** <http://www.kulturwege-schweiz.ch>
- **Portail patrimoine Valais:** www.portail-patrimoine.ch
- **Burgenkids:** <http://www.burgenkids.ch/>
- **Vindonissa, Legionärspfad / Sentier des légionnaires:** www.legionaerspfad.ch



Augusta Raurica und der Tourismus

Augusta Raurica et le tourisme

Karin Kob

Augusta Raurica

- ist das touristische Highlight des Kantons Basel-Landschaft
- ist der grösste archäologische Park der Schweiz
- ist von der Schweizerischen Eidgenossenschaft zum Monument nationaler Bedeutung erklärt worden
- ist die älteste römische Kolonie am Rhein
- ist ein international renommiertes archäologisches Forschungszentrum für die römische Schweiz
- gehört zu den meistbesuchten Museen der Nordwestschweiz
- ist durch das Archäologiestgesetz vor weiterer Zerstörung geschützt.

Hier stehen:

- der längste öffentlich begehbare Abwasserkanal der römischen Schweiz
- der grösste Silberschatz der Spätantike
- das am besten erhaltene römische Theater nördlich der Alpen
- das grösste Restaurierungslabor für römische Antike in der Schweiz.

Karin Kob

Augusta Raurica

- est l'attraction touristique phare du canton de Bâle-Campagne
- est le plus grand parc archéologique de Suisse
- est reconnue comme monument d'importance nationale par la Confédération Suisse
- est la plus ancienne colonie romaine sur le Rhin
- est un centre de recherche archéologique pour l'époque romaine en Suisse de renommée internationale
- est l'un des musées les plus fréquentés de la région nord-ouest de la Suisse
- est protégée de toute destruction future par la loi sur l'archéologie.

Ici se trouvent:

- le plus long tunnel d'égout d'époque romaine en Suisse ouvert au public
- le plus grand trésor d'argenterie de l'antiquité tardive
- le théâtre romain le mieux préservé au nord des Alpes
- le plus grand atelier de restauration pour l'antiquité romaine en Suisse.

In Augusta Raurica, der ältesten römischen Kolonie am Rhein, lebten einst 15 000 Menschen, die vielfältige Spuren hinterlassen haben. Heute können Sie durch das Römerhaus spazieren und im Römermuseum die fruchtbare Verbindung der römischen Kultur des Südens mit der einheimischen keltischen Lebensweise spüren.

In der ältesten Grossstadt der Schweiz nehmen Sie in altehrwürdigen Monumenten Platz und begreifen manche originalen Objekte im wahrsten Sinne des Wortes. Vielleicht träumen Sie im Theater vom Glanz und Ruhm eines römischen Schauspiels, sinnieren vor dem grössten Silberschatz der Spätantike über Reichtum und Bestechlichkeit oder philosophieren im Römerhaus über die Vergänglichkeit. Oder Sie packen tatkräftig an und erleben auf einer echten Ausgrabung das prickelnde Gefühl, Objekte nach 2000 Jahren eigenhändig wieder ans Tageslicht zu befördern. Ergänzt durch abwechslungsreiche Aktivitäten wird der Ausflug in die Römerzeit zu einem spannenden, lehrreichen und unvergesslichen Erlebnis.

Augusta Raurica und der Tourismus

Augusta Raurica hat sich in den letzten Jahren immer stärker zu einem touristischen Highlight der Region profiliert. Das Römerhaus, das Museum und nicht zuletzt das weitläufige Ruinengelände werden von vielen Menschen als Naherholungsziel geschätzt und rege genutzt.

In den letzten Jahren haben wir grosse Anstrengungen unternommen, damit der Ausflug nach Augusta Raurica zu einem sinnlichen Erlebnis wird. Zurzeit können die Gäste in rund 100 Workshops einen authentischen Ausflug in die Römerzeit unternehmen, sei es als Familie oder als interessierte Laien. Brot Backen im römischen Holzofen, Römische Kochkurse, Spielnachmittage im Amphitheater oder regelmässige Einblicke in aktuelle Forschungsprojekte sind nur einige Angebote, die regen Zuspruch finden. Über 30 Monumente, Ruheazonen, Hörstationen, Audioguides, der idyllische Tierpark: Augusta Raurica lädt zum aktiven Mitmachen, aber auch zum kontemplativen Sinnieren ein.

Um noch besser auf die Bedürfnisse unserer Gäste reagieren zu können, haben wir für den gesamten Betrieb von Augusta Raurica das von Schweiz Tourismus lancierte Qualitätslabel erarbeitet. Dabei wurden nicht nur der Gästeservice, der Technische Dienst und andere «einfach» messbare Bereiche einem Qualitätssicherungsprozess unterzogen, sondern auch «schwierig» messbare Bereiche wie «Forschung» oder «Bildung & Vermittlung». Der ganze Prozess hat nicht nur zu einer Verbesserung unserer Dienstleistungen geführt, sondern trägt auch merklich zur Klärung unserer vielschichtigen internen Arbeitsprozesse bei.

À Augusta Raurica, la plus ancienne colonie romaine sur le Rhin, les 15 000 habitants de jadis ont laissé de multiples traces. Aujourd'hui, c'est vous qui pouvez flâner dans la maison romaine et découvrir les vestiges de l'alliance fructueuse entre la civilisation romaine méditerranéenne et le mode de vie celte local. Dans la plus ancienne grande ville de Suisse, vous vous promenez parmi de vénérables monuments et pouvez même saisir, au sens littéral du terme, certains objets originaux.

Peut-être, dans le théâtre, rêvez-vous de l'éclat et de la gloire des jeux romains, ou alors, devant le plus grand trésor d'argenterie de l'antiquité tardive, méditez-vous sur richesse et vénalité, ou encore, dans la maison romaine, philosophez-vous sur le caractère éphémère des choses. Si vous préférez l'action, vous pouvez participer à une fouille archéologique authentique et expérimenter la fascination de faire de vos propres mains revoir la lumière à des objets enfouis depuis 2000 ans. Ceci et d'autres activités variées feront de votre incursion dans l'époque romaine une expérience passionnante, instructive et inoubliable.

Augusta Raurica et le tourisme

Ces dernières années, Augusta Raurica s'affirme de plus en plus comme le site touristique phare de la région. La maison romaine, le musée et notamment le domaine étendu des ruines sont appréciés comme zone de détente et connaissent une grande fréquentation.

Nous avons fait de grands efforts ces dernières années pour que l'excursion à Augusta Raurica devienne une expérience riche sur tous les plans. Actuellement 100 ateliers environ offrent la possibilité aux visiteurs d'entreprendre une authentique incursion dans l'époque romaine, soit en famille, soit en amateur éclairé.

Cuisson de pain dans le four à bois romain, cours de cuisine romaine, après-midis ludiques à l'amphithéâtre, présentations régulières de projets de recherches actuels sont quelques exemples parmi les offres très sollicitées. Plus de 30 monuments, des aires de repos, des postes d'écoute, des audioguides, un parc idyllique pour les animaux: Augusta Raurica invite à la participation active, mais également à la méditation contemplative.

Afin de pouvoir réagir encore mieux aux attentes des visiteurs, nous avons élaboré pour tout l'établissement d'Augusta Raurica le label de qualité initié par Suisse Tourisme. Non seulement le service visiteurs, le service technique et d'autres domaines «facilement» mesurables ont subi les tests de qualité, mais également des domaines «difficilement» mesurables tels que «recherche» ou «éducation & médiation culturelle». Le processus entier a non seulement amélioré nos prestations, mais aussi contribué efficacement à clarifier nos procédures internes de travail.



© Paul Lutz, Aventicum, Site et Musée romains

▲
Vom Osttor her, konnten vom Rheingebiet kommende Reisende das gesamte von der Stadtmauer umschlossene Gebiet mit seinen Monumentalbauten auf einen Blick erfassen.

▲
Depuis la Porte de l'Est, le voyageur en provenance du Rhin découvre d'un seul coup d'œil toute la ville romaine.

Aventicum, Hauptstadt der Helvetier

Aventicum, capitale des Helvètes

Marie-France Meylan-Krause

Aventicum, Hauptstadt der Helvetier, deren Territorium den grössten Teil des schweizerischen Mittellandes umfasste, zählte während des 3. Jahrhunderts n. Chr. etwa 20 000 Einwohner. Der Ort ist heute einer der bedeutendsten archäologischen Fundplätze der Schweiz und gilt für die römische Zeit als ein international bekannter Bezugspunkt.

Marie-France Meylan-Krause

Aventicum, chef-lieu de la Cité des Helvètes, dont le territoire recouvrait la plus grande partie du Plateau suisse, comptait au 3^e siècle apr. J.-C. près de 20 000 habitants. Le site figure aujourd'hui parmi les gisements archéologiques les plus importants de Suisse et constitue, pour l'époque romaine, une référence internationale de premier ordre.



An der Kreuzung wichtiger Verkehrswege und in einem Netz von Flüssen und Seen gelegen, ist die Region von Avenches seit prähistorischer Zeit ein Durchgangsort. In dessen Nähe befinden sich die befestigten Höhensiedlungen des Mont Vully und des Bois de Châtel, aus der Zeit der helvetischen Unabhängigkeit. Vom archäologischen Reichtum des Ortes zeugen ebenfalls bedeutsame Bauten des Mittelalters (Stadtmauer, Türme, Schloss, usw.).

Der Untergrund von Aventicum birgt noch viele Schätze: lediglich ist nur ein Viertel der Stadt bisher ausgegraben: das Forum, administratives, politisches und religiöses Zentrum der Helvetier, ist noch immer unbekannt.

Ein Besuch von Avenches bietet Gelegenheit, Geschichte in einem einladenden, ländlichen Rahmen zu erleben. Bedeutende Reste mehrerer Bauten sind sichtbar: ein Amphitheater für 16000 Plätze, ein Theater für einst 9000 Zuschauer, Tempel, Thermen sowie die 5,5 Kilometer lange Stadtmauer mit ihren 73 Türmen, von denen einer erhalten ist. Der Stadtmauer kann man noch über lange Strecken zu Fuss oder mit Fahrrad folgen.

Das in einem Turm der 11. Jahrhunderts über der bekannten Arena eingerichtete Museum lässt Sie durch die Zeit reisen und auf Entdeckung der antiken Bewohner Aventicums gehen. Mosaiken, Wandmalereien, Geschirr aus Ton, Glas oder Silber, Skulpturen und Schmuck sind nur einige der Schätze, die man ausser der goldenen Büste des Kaisers Marc Aurel bewundern kann. Ausserdem zeigt das Museum regelmässig temporäre Ausstellungen.

A la croisée de grands axes de communication, idéalement située sur le réseau fluvial et lacustre, la région d'Avenches est, dès la Préhistoire, un lieu de passage très fréquenté. A proximité, se trouvent les sites de hauteur du Mont Vully et du Bois de Châtel, occupés du temps de l'indépendance helvète. La richesse archéologique du site comporte également d'importants vestiges du Moyen Age (rempart, tours, château etc.)

Le sous-sol d'Aventicum recèle encore de nombreux trésors : seul un quart de la ville romaine a été mis au jour; le forum, centre administratif, politique, religieux de l'Helvétie n'est pas encore connu.

Visiter le site d'Avenches est l'occasion de vivre une expérience unique au cœur de l'histoire, dans un cadre champêtre et accueillant. Des vestiges de plusieurs monuments sont visibles: un amphithéâtre de 16000 places, un théâtre pouvant accueillir autrefois près de 9000 spectateurs, des temples, des thermen et un mur d'enceinte de 5,5 km, rythmé par 73 tours, dont une seule est aujourd'hui conservée. On peut suivre ce mur sur une bonne distance, à pied ou à vélo.

Le musée, installé dans une tour du 11^e siècle surplombant les célèbres Arènes, vous fera voyager dans le temps et partir à la découverte des habitants d'Aventicum. Mosaïques et peintures murales, vaisselle de terre, de verre ou d'argent, bijoux et sculptures ne sont que quelques-unes des merveilles que l'on peut y admirer tout comme la pièce maîtresse de la collection, le buste en or de l'empereur Marc Aurèle. Le musée accueille en outre régulièrement des expositions temporaires.

▲ Das Römermuseum von Avenches ist seit 1838 in einem Turm des 11. Jahrhunderts eingerichtet, der sich über dem Amphitheater erhebt.

▲ Le musée romain d'Avenches est installé depuis 1838 dans une tour du 11^e siècle dominant l'amphithéâtre.

Autorenliste

Liste des auteurs

Oliver Martin	Bundesamt für Kultur, Sektion Heimatschutz und Denkmalpflege, Bern
Cynthia Dunning	ArchaeoConcept Sàrl, Biel/Bienne
Marc-Antoine Kaeser	Laténium, Parc et Musée d'Archéologie, Neuchâtel
Chantal Beck	Schweizer Tourismus-Verband, Bereich Qualitäts-Programm, Bern
Mario Lütolf	Stadt Luzern, Stadtraum und Veranstaltungen, Luzern
Andreas Mäder	Amt für Städtebau der Stadt Zürich, Unterwasserarchäologie und Dendrochronologie, Zürich
Dominik Siegrist	HSR Hochschule für Technik, Institut für Landschaft und Freiraum, Fachbereich Naturnaher Tourismus & Pärke, Rapperswil SG
Laurent Flutsch	Musée romain de Lausanne-Vidy, Lausanne
Rafael Matos-Wasem	Haute Ecole Spécialisée de Suisse occidentale (HES-SO) Valais, Institut de Tourisme, Sierre
Michel Gaudard	Fédération Européenne des Sites Clunisiens, Romainmôtier
Antje van Mark	Région Yverdon-les-Bains Région Jura-Lac, Office de tourisme de Romainmôtier
Sébastien Lassueur	Région Yverdon-les-Bains Région Jura-Lac, Office de tourisme d'Yverdon
Serge Volken	Gentle Craft, Lausanne
Samuel Zuberbühler	Schweiz Tourismus, Themenprodukte, Zürich
Thomas Pauli-Gabi	Departement Bildung, Kultur und Sport des Kantons Aargau, Abteilung Kultur, Aarau
Erik Thurnherr	Texetera GmbH, Bern
Karin Kob	Römerstadt Augusta Raurica, Abteilung Zentrale Dienste, Augst
Marie-France Meylan-Krause	Musée et Site romains d'Avenches, Avenches



Verein ArchaeoTourism 2012
ArchaeoTourism 2012
Schützengasse 21, rue du Stand
2502 Biel/Bienne
Telefon +41 32 322 77 03
info@archaeotourism2012.ch
www.archaeotourism2012.ch

Impressum / Mention des responsablesw

Herausgeberinnen / Éditrices

Cynthia Dunning und/et Annemarie Willems

Übersetzungen/ Traductions

Karoline Mazurie (Français / Deutsch)

Flavio Cardellicchio (Italiano)

Sadie Plant (English)

Layout-Grafik / Maquette – Graphisme

Andrea Romann, Druckerei Gassmann

Druckerei / Imprimerie

Druckerei Gassmann, Biel/Bienne

2013

ISBN 978-3-906124-07-0

Wir danken folgende Institutionen für Ihre Hilfe:

Nous remercions les institutions suivantes pour leur soutien:

Bundesamt für Kultur, Sektion Heimatschutz und Denkmalpflege

Loteriefonds Bern

ArchaeoConcept Sàrl

Nomadi del Tempo

SWISSLOS

**Fonds de loterie
Canton de Berne**



Schweizerische Eidgenossenschaft
Confédération suisse
Confederazione Svizzera
Confederaziun svizra

Eidgenössisches Departement des Innern EDI
Département fédéral de l'intérieur DFI
Dipartimento federale dell'interno DFI
Departament federal da l'intern DFI
Bundesamt für Kultur BAK
Office fédéral de la culture OFC
Ufficio federale della cultura UFC
Uffizi federal da cultura UFC

ARCHAEOCONCEPT

NOMADS
OF
TIME 

