



Interpretation ist kein wertfreies Kommunikationskonzept

von THORSTEN LUDWIG

Natur- und Kulturinterpretation möchte Menschen in ihrer Lebenswelt erreichen, zwischen ihnen und konkret vorhandenen Phänomenen vermitteln und für die Botschaften hinter diesen Phänomenen begeistern. Aber um welche Phänomene und Botschaften handelt es sich? Ist der Themenkanon begrenzt - oder sind die Inhalte, die vermittelt werden sollen, frei austauschbar? Wie überall wo Emotionen im Spiel sind, wird zu Recht die Frage gestellt, wofür denn da begeistert werden soll.

Um diese Frage eindeutig zu beantworten:

Interpretation möchte Menschen für die Bewahrung unseres Natur- und Kulturerbes begeistern.

Die Entstehung des Konzepts ist dabei in engem Zusammenhang mit der Entwicklung der Nationalparkidee zu sehen. Diese Idee beruht im Kern darauf, unberührte Naturräume künftigen Generationen zu erhalten. Und die Gründerväter der Nationalparkidee – genannt seien hier John Muir und Enos Mills - haben Ende des 19. Jh. zugleich die Grundlagen der Interpretation geschaffen. Der von Freeman Tilden in diesem Zusammenhang eingeführte und heute v. a. in Großbritannien verwendete Begriff „Heritage“ (Erbe) steht für diesen verantwortungsvollen Umgang.

Im Zeichen von Rio kommt der Natur- und Kulturinterpretation (in England: „Heritage Interpretation“, in den USA: „Environmental Interpretation“) nun eine ganz besondere Verantwortung zu. Die Situation, die in den USA zur Ausweisung der Nationalparke geführt hat, dass nämlich Naturräume von außerordentlicher Schönheit durch den Lebensstil des industrialisierten Menschen in ihrem Bestand gefährdet waren, besteht heute weltweit. Erstmals steht nicht nur der Bestand eines Ökosystems oder einer Kultur, sondern der der Erde als Lebensraum an sich in Frage.

Wenn es um den Erhalt der Erde als Lebensraum geht, darf Interpretation nicht abseits stehen.

Sie kann und muss ihren Beitrag dazu leisten, Menschen für dieses Ziel zu gewinnen.

Mit der Entwicklung des Bereichs Landschaftsinterpretation vor wenigen Jahren in Deutschland war der Begriff des „Landschaftsmarketing“ verbunden. Das hat zu einigen Missverständnissen geführt. Es darf nicht der Eindruck entstehen, Interpretation sei v. a. ein Marketinginstrument für Ferienregionen. Wie bei jeder Form der Bildung ist eine Nebenwirkung, dass der Vermarktungswert mit höherem Bildungspotential steigt. Dies zu erreichen ist aber nicht der vorrangige Zweck der Natur- und Kulturinterpretation. Wird hier nicht klar unterschieden, so läuft Interpretation Gefahr, ihre Werte zu verlieren. Aus Großbritannien kam unlängst die Nachricht, dass die Marketingabteilung einer A-tomanlage Interpreten angestellt hat. Das spricht für die Anerkennung, die Interpretation als Kommunikationskonzept, das zwischen Einrichtungen, Gegenständen und Besuchern vermittelt, inzwischen hat. Es fällt aber schwer, in einer bestehenden Industrieanlage ein zu bewahrendes Kulturgut - vergleichbar etwa dem Kölner Dom - zu sehen; und es liegt der Verdacht nah, dass den Interpreten, die den Auftrag angenommen haben, die Mission, die die Interpretation hat, nicht mehr bewusst ist. Noch einmal:

Interpretation ist keine neutrale Kommunikationsmethode, bei der es nicht so sehr darauf ankommt, was da vermittelt wird.

Interpretation steht gerade in unserer schnelllebigen und vom Wandel bestimmten Zeit in der Verantwortung, ihren Beitrag zu leisten, auch künftigen Generationen unser Natur- und Kulturerbe zu bewahren.

Heritage