

Museen und Kommunikation

Objekttyp: **Group**

Zeitschrift: **Jahresbericht / Schweizerisches Landesmuseum Zürich**

Band (Jahr): **112 (2003)**

PDF erstellt am: **15.05.2024**

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

MUSEEN UND KOMMUNIKATION

Zu Gast in den Schweizer Nationalmuseen

Die Museen der MUSEE SUISSE Gruppe vermitteln ihren Besucherinnen und Besuchern Inhalte zur Geschichte der Schweiz und erfüllen damit den Auftrag des Bundes zur Vermittlung von Kulturgeschichte. Im Berichtsjahr haben rund 425'000 BesucherInnen die Angebote der Museumsgruppe genutzt. Sie haben Ausstellungen besucht, an Veranstaltungen und Podiumsdiskussionen, Workshops, Führungen und Kursen teilgenommen, haben während Live at Sunset Konzerte genossen oder sind mit ihren Kindern im Hof des Landesmuseums Schlittschuh gelaufen. Immer mehr zeigt sich, dass die Museen als kulturelle Treffpunkte neue Zielgruppen ansprechen. So z.B. weisen die Familienbesuche im Landesmuseum nach Live on Ice eine deutlich positive Tendenz auf.

Neue Anforderungen an die Kommunikation

Die Neuausrichtung der Museumsgruppe, die Entwicklung der Angebote sowie die notwendige Präsenz auf dem Kulturmarkt Schweiz stellen erhöhte Ansprüche an die Kommunikation. Das Marketing- und Kommunikationskonzept bildet die Grundlage für eine professionelle Kommunikationspolitik. Das Kulturmagazin MUSEE SUISSE stellt die Angebote der Museumsgruppe umfassend vor, gibt Hintergrundinformationen. Der Inserateteil dient der Vernetzung mit anderen Kulturinstitutionen und bietet unseren Partnern eine Plattform. Das neue Intranetgefäss Vademecum entspricht einem modernen Mitarbeiterhandbuch und umfasst einen internen Kommunikationsteil.

Den Auftritt der MUSEE SUISSE Gruppe stärken

Einen besonderen Kommunikationsbedarf weisen jedoch nicht nur die Angebote, sondern auch die MUSEE SUISSE Gruppe als Verbund der schweizerischen Nationalmuseen auf. Die MUSEE SUISSE Gruppe ist noch wenig bekannt. Die neu geschaffene Konferenz für Museumsleiterinnen und Museumsleiter erarbeitete Massnahmen zur Stärkung der MUSEE SUISSE Gruppe im Bereich der Corporate Communications: Neue Plattformen der Gruppenkommunikation, Crossselling in den verschiedenen Museumsbereichen, Vorbereitungen für eine Dachkampagne. Mögliche Inhalte für einen gemeinsamen thematischen Auftritt werden diskutiert und haben zum Ziel, Synergien in der Kommunikation zu nutzen.

Partnerschaften nutzen

Die laufenden Entwicklungen, die Vorbereitungen für das neue Landesmuseum in Zürich, erfordern eine hohe Sachkompetenz. Einen immer grösseren Stellenwert nehmen in diesem Kontext Partnerschaften und Allianzen ein. Die Zusammenarbeit mit verschiedenen privaten und öffentlichen Institutionen wurde verstärkt. Die Kernkompetenzen werden gegenseitig genutzt. Das Landesmuseum arbeitet zusammen mit der ETH Zürich, der Universität Zürich, der Pädagogischen Hochschule, der Stiftung Science et Cité, Präsenz Schweiz, Schweiz Tourismus, dem Conseil international des Musées (ICOM) und privaten Institutionen.

Im Berichtsjahr haben rund 425'000 BesucherInnen die Angebote der Museumsgruppe genutzt. Immer mehr sprechen die Museen als kulturelle Treffpunkte mit entsprechenden Angeboten auch neue Zielgruppen an. So verfügt das Landesmuseum seit 2003 zum Beispiel über einen vermietbaren, multifunktionalen Vortragsraum, den «Salon bleu».