

**Zeitschrift:** Jahresbericht / Schweizerisches Landesmuseum Zürich  
**Herausgeber:** Schweizerisches Landesmuseum Zürich  
**Band:** 112 (2003)  
  
**Rubrik:** Museen und Kommunikation

### **Nutzungsbedingungen**

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

### **Conditions d'utilisation**

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

### **Terms of use**

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

**Download PDF:** 28.03.2025

**ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>**

## 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».