

Zeitschrift: Jahresbericht / Schweizerisches Landesmuseum Zürich
Band: 109 (2000)
Rubrik: Öffentlichkeitsarbeit

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: 08.11.2024

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



ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Die Mitarbeiterinnen des Fachbereichs Kommunikation im Landesmuseum, welche für die interne und externe sowie die Marketingkommunikation zuständig sind, haben einerseits die im Jahr 2000 durchgeführten Sonderausstellungen, die Museumseröffnung in Seewen, aber auch die Grossprojekte Neu- und Umbau, neue Rechtsform und Museumsentwicklung betreut. Die Begleitung der drei Grossprojekte stellte eine besondere Herausforderung dar und wird auch in den kommenden Jahren die Öffentlichkeitsarbeit der MUSEE SUISSE Gruppe entscheidend beeinflussen.

Ein bunter Blumenstrauss von unterschiedlichsten Aufgaben wurde im Berichtsjahr durch den Fachbereich Kommunikation realisiert. So erstreckte sich die Tätigkeit von der Beratung der Direktion und der Museums- und Projektleiter über die Mitarbeit bei Ausstellungen und Projekten sowie die Beantwortung von Kundenreaktionen bis hin zu einem Konzept für den Kundenauftritt und die richtige Wahl der Weihnachtsbeleuchtung, um nur einige der Aufgaben zu nennen. Seit Februar 2000 steht der Bereich Kommunikation unter einer neuen Leitung.

Im Mittelpunkt des reichhaltigen Ausstellungsprogramms 2000 stand die Sonderausstellung «Leonardo da Vinci». Die PR- und Werbemaassnahmen für diese Ausstellung dehnten sich bis in die angrenzenden Regionen Süddeutschland, Norditalien, Liechtenstein, Österreich und Ostfrankreich aus. Das Museum hat die erfolgreiche Ausstellung für eine Besucherumfrage genutzt. Die Ergebnisse werden im Frühjahr 2001 vorliegen und sollen in die Planung für das neue Museum einfließen.

Im Jahr 2000 wurde der visuelle Auftritt der Museumsgruppe weiterentwickelt und umgesetzt. Mit einer Umfrage bei den Museumsbesucherinnen und -besuchern sowie den Adressaten der «Kulturagenda» wurden Image, Benutzerfreundlichkeit und Akzeptanz des neuen Designs evaluiert. Das Ergebnis zeigte, dass kleinere Anpassungen notwendig sind. Diese werden bei der Umsetzung des CD-Manuals im laufenden Jahr berücksichtigt.