



Merkblatt «Museumsübergreifendes touristisches Angebot»

Kurzbeschreibung Angebot Mittelalterland

10 beteiligte Museen entwickeln ein oder mehrere Spiele, die sie lokal für Familien mit Kindern anbieten. Diese Einzelspiele werden zu einem die Museen übergreifenden Gesamtspiel integriert und als solches kommuniziert. Thema ist das Mittelalter, zu dem jedes der beteiligten Museen seinen eigenen Schwerpunkt und Zugang hat.

Vorgehen in der Konzeption und Umsetzung

Thematische Auslegeordnung – Prototypen der Einzelspiele entwickeln und austesten –
Weiterentwicklung der Prototypen – Entwicklung des Gesamtspiels – gemeinsame Vermarktung

1. Thematische Auslegeordnung

Gegenseitiges Kennenlernen, thematische Horizonterweiterung, gegenseitige Anregung, Zusammenstellen eines «Mittelalterkataloges», der die Objekte und Orte der Museen zum Mittelalter enthält.

2. Prototypen der Einzelspiele entwickeln und austesten

Unterschiedliche Kenntnisse und Ressourcen in der Angebotsentwicklung erfordern ein dem jeweiligen Museum angepasstes pragmatisches Vorgehen. Dadurch wird – im Gegensatz zur Anwendung eines übergeordneten Planes – eine Monokultur der Angebote verhindert, wenn nicht gar eine Realisierung überhaupt erst möglich. Der Gefahr des «Gemischtwarenladens» kann in der Weiterentwicklung der Einzelspiele und in deren Integration ins Gesamtspiel entgegengewirkt werden. Dank den Prototypen, die eine schnelle und flexible Umsetzung der Ideen zulassen, ist ein Kennenlernen und Ausprobieren der jeweils eigenen Möglichkeiten risikolos möglich. Es braucht lediglich etwas Mut, die Prototypen auch öffentlich anzubieten.

3. Weiterentwicklung der Prototypen

Schwachstellen beheben, die bei den Testläufen erkannt wurden, gegenseitiger Erfahrungsaustausch, Koordination der Angebote (Schärfung des Einzelthemas, Erkennbarkeit der Einzelspiele als Teil des Gesamtspiels), Ausrichtung auf das Gesamtspiel (Integration von Schnittstellen, gegenseitigen Verweisen und dergleichen)

4. Entwicklung des Gesamtspiels

Ebenfalls zuerst Entwicklung eines Prototypen, dann austesten und optimieren.

Museen & Kulturtourismus

Aufgrund unterschiedlich schneller Fortschritte der einzelnen Museen kann das ursprüngliche Konzept eines gemeinsamen Mittelalter-Albums nicht realisiert werden. An seine Stelle tritt eine modulare Lösung (Loseblattsystem, Karten o.ä.). Diese bietet zudem den Vorteil einer erleichterten Integration weiterer Institutionen, die später dazu kommen können.

5. Gemeinsame Vermarktung

Es werden verschiedene Massnahmen zur gemeinsamen Vermarktung umgesetzt:

Entwicklung einer gemeinsamen Webseite, Facebook- und instagram-Account

Verlinkung innerhalb der Webseiten der einzelnen Museen

Gemeinsame Medienarbeit

So viele Ebenen und Kanäle wie möglich, jedoch ohne die eh schon knappen Ressourcen weiter zu strapazieren (museumsintern Synergien nutzen). Ein gemeinsamer Auftritt (z.B. Webseite) hat zusätzlichen Aufwand im Betrieb zur Folge, was genau abzuklären ist (Umfang, mittelfristige Sicherstellung). Viele Aufgaben können mit einiger Planung auf die verschiedenen Museen verteilt werden (Medienarbeit, Betreuung der Social Media-Kanäle im Turnus).

Empfehlungen

Basierend auf der Projektkonzeption und -umsetzung ergeben sich folgende Empfehlungen:

- Die Individualität und Besonderheit der einzelnen Museen beachten und in die Zusammenarbeit einbeziehen: Selbstverständnis, Betriebskultur, Ressourcen, bezahlte Arbeit/Freiwilligenarbeit, Grad der Professionalisierung.
- Lange Wege (räumlich und zeitlich) zwischen den Museen in der Projektplanung berücksichtigen.
- Gegenseitiges Kennenlernen ist aufwändig und anregend.
- Von den vielfältigen Kompetenzen der Beteiligten profitieren.

Autor: Guido Dietrich.