

Museumsstrategie Thurgau

Umsetzung der Museumsstrategie (2. Teil)

Bericht vom 31. Januar 2019 zuhanden der Departementschefin DEK

Projektgruppe Museumsstrategie Thurgau:

Martha Monstein, Leiterin Kulturamt (Vorsitz)

Hannes Geisser, Direktor Naturmuseum

Dominik Gügel, Direktor Napoleonmuseum

Gabriele Keck, Direktorin Historisches Museum

Markus Landert, Direktor Kunst- und Ittinger Museum

Urs Leuzinger, Konservator Museum für Archäologie

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung.....	4
2. Auftrag	5
2.1. Ausgangslage.....	5
2.2. Herausforderungen	5
2.3. Zusammenfassung der bisherigen Aufträge 2016 und 2017	6
2.4. Projektauftrag 2018	6
3. Massnahmen zur Umsetzung der Aufträge.....	7
3.1. Implementierung Projektstruktur und Synergienutzung: Gründung Board Museen Thurgau.....	7
3.2. Festlegung Thema gemeinsames (Ausstellungs-)Projekt im Jahr 2020 EXPOTG 1 „Thurgauer Köpfe“	8
3.2.1. Projektbeschreibung (Stand Januar 2019).....	8
3.2.2. Ausstellungsorganisation	9
3.2.3. Kurzbeschriebe der einzelnen Ausstellungsteile (Stand Januar 2019)	11
3.2.4. Zeitplan Ausstellungsorganisation	12
3.3. Festlegung Themen diverse gemeinsame Projekte von Museen Thurgau 2018–2022	13
3.3.1. Relaunch „Museum für Kinder“	13
3.3.2. Weitere gemeinsame Projekte von Museen Thurgau	13
3.4. Festlegung der Mittelfristplanung von Museen Thurgau 2018–2022.....	14
3.5. Implementierung Unternehmenskultur Museen Thurgau	14
3.6. Bearbeitung und Implementierung gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)	14
4. Kommunikation	16
5. Betriebskonzept und Ressourcenplanung	17
5.1. Ressourcen Personal	17

3/19

5.2. Ressourcen Sachmittel	17
6. Zeitplan Umsetzung Museumsstrategie.....	18
7. Anhänge	19
7.1. Anhang 1 Tabelle Mittelfristplanung	19

1. Einleitung

In den Richtlinien des Regierungsrates 2016–2020 ist festgehalten, dass der Kanton die Stellung der kantonalen Museen mit einer Museumsstrategie stärkt, in den Kulturkonzepten des Kantons Thurgau 2016–2018 und 2019–2022 ist dies als Entwicklungsziel der kantonalen Kulturpolitik ebenfalls festgehalten. Am 10. Januar 2017 hat der Regierungsrat im Rahmen eines Seminars vom Bericht „Museumsstrategie Thurgau – Grundlagen, Vision und weiteres Vorgehen“ Kenntnis genommen, am 14. März 2017 hat die Departementschefin DEK das weitere Vorgehen im Entscheid „Umsetzung der Museumsstrategie Thurgau (1. Teil): Projektorganisation und Projektauftrag“ definiert.

Entstanden ist der zweite Bericht „Museen Thurgau. Betriebskonzept und gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)“ wiederum unter der Leitung des Kulturamtes in enger Zusammenarbeit mit den Leitungen der sechs kantonalen Museen und dem Amt für Archäologie.

Der nun vorliegende dritte Bericht „Museumsstrategie Thurgau - Umsetzung der Museumsstrategie (2. Teil)“ zeigt die Fortschritte der initiierten Prozesse und Massnahmen für ein Betriebskonzept Museen Thurgau auf und gibt Ausblick auf das weitere Vorgehen zur Erreichung der in der „Strategie Museen Thurgau“ anvisierten Ziele. Die Grundlagen dieses Berichts bilden die beiden vorherigen Berichte von 2016 und 2017 sowie der Entscheid des Departementes für Erziehung und Kultur vom 3. August 2018, „Umsetzung Museumsstrategie Thurgau (2. Teil): Projektorganisation und Projektauftrag“.

2. Auftrag

2.1. Ausgangslage

Die Richtlinien des Regierungsrates des Kantons Thurgau für die Regierungstätigkeit in der Legislaturperiode 2016–2020 (RRL 2016–2020) halten fest, dass der Kanton die Stellung der kantonalen Museen als bedeutende Erlebnis-, Bildungs- und Erfahrungsorte mit einer Museumsstrategie stärkt (S. 23) und bedarfsgerechte, zeitgemässe Museumsinfrastrukturen schafft (S. 35). Inzwischen liegen die vom Kulturamt zusammen mit den Museumsleitungen erarbeiteten Berichte „Museumsstrategie Thurgau: Grundlagen, Vision und weiteres Vorgehen“ vom Januar 2017 sowie „Museen Thurgau. Betriebskonzept und gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)“ vom Dezember 2017 vor. Der Regierungsrat hat beide Berichte zur Kenntnis genommen und unterstützt die Stossrichtung der Museumsstrategie, die fachliche, organisatorische und betriebliche Zusammenarbeit der sechs kantonalen Museen zu intensivieren, Synergien konsequenter zu nutzen und eine Dachmarke Museen Thurgau zu schaffen.

2.2. Herausforderungen

Die sechs, durch den Kanton betriebenen Museen – Historisches Museum Thurgau, Ittinger Museum, Kunstmuseum Thurgau, Naturmuseum Thurgau, Napoleonmuseum sowie Museum für Archäologie Thurgau – bilden den Kern einer überaus vielgestaltigen Museumslandschaft. Als Hüterinnen des materiellen und immateriellen Kulturerbes des Kantons Thurgau sehen sich die Museen im Dienste der Gesellschaft und ihrer Entwicklung. Die Sammlungen stellen den Grundwert dar für ihre reflexive und soziale Aufgabe, ihre Rolle bei der Wissensvermittlung und der Forschung sowie beim lebenslangen Lernen. Als professionell geführte Kulturinstitutionen sind sie mit ihren vielfältigen Angeboten und Aktivitäten gewichtige Akteure im Kulturleben des Kantons und damit Teil einer Kultur- und Kreativindustrie mit entsprechendem, wirtschaftlichem Potenzial.

Der Bericht „Museen Thurgau. Betriebskonzept und gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)“ vom Dezember 2017 hält in Kapitel 3 ausführlich die zentralen Herausforderungen fest, denen die Museen begegnen müssen, um auch zukünftig erfolgreich zu sein:

- Wachsende Erwartungen des Publikums
- Kampf um Aufmerksamkeit
- Digitalisierung
- Infrastrukturelle Anforderungen
- Professionalisierung der Museumsarbeit

6/19

- Mangelnde Sichtbarkeit der Museen
- Beschränkte Zusammenarbeit
- Mangelnde Ressourcen

Vor dem Hintergrund dieser externen wie auch internen Herausforderungen werden im vorliegenden Bericht konkrete Massnahmen zur Umsetzung formuliert.

2.3. Zusammenfassung der bisherigen Aufträge 2016 und 2017

In der Museumsstrategie Thurgau werden die kantonalen Museen mit folgenden Aufgaben und Vorgehensweisen beauftragt:

- Intensivierung der Zusammenarbeit zwischen den Museen mit dem Ziel der Verbesserung der Sichtbarkeit, der Nutzung von Synergien und der Entwicklung von gemeinsamen Ausstellungs- und Vermittlungsformaten.
- Bildung einer Organisationsstruktur zur Institutionalisierung der Zusammenarbeit.
- Erarbeitung einer gemeinsamen Unternehmenskultur / Verbesserung der gemeinsamen Kommunikation gegen innen.
- Verbesserung der gemeinsamen Kommunikation gegen aussen, unter anderem durch die Entwicklung einer Dachmarke.

2.4. Projektauftrag 2018

Die Leiterin Kulturamt als Projektleiterin erstattet in Zusammenarbeit mit den sechs kantonalen Museen bis zum 31. Dezember 2018 (auf Antrag verlängert bis 31. Januar 2019) zuhanden der Chefin DEK Bericht zu folgenden Aufträgen:

- Implementierung Projektstruktur und Synergienutzung (vgl. 3.1)
- Festlegung Thema gemeinsames (Ausstellungs-)Projekt im Jahr 2020 mit operativer Struktur, detailliertem Zeitplan und Budget (vgl. 3.2)
- Festlegung Themen diverse gemeinsame Projekte von Museen Thurgau 2018–2022 (vgl. 3.3)
- Festlegung der Mittelfristplanung von Museen Thurgau 2018–2022 (vgl. 3.4)
- Implementierung Unternehmenskultur Museen Thurgau (vgl. 3.5)
- Bearbeitung und Implementierung gemeinsamer Auftritt (Dachmarke) (vgl. 3.6)

3. Massnahmen zur Umsetzung der Aufträge

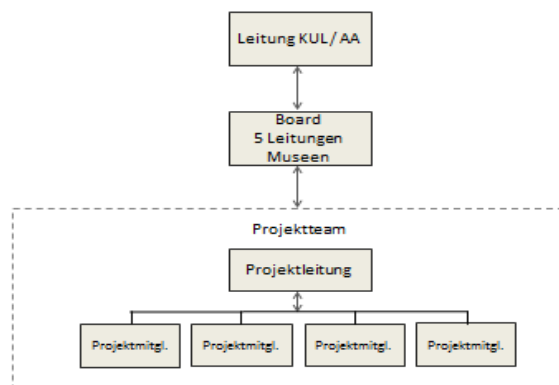
Vorbemerkung zu den aktuellen Massnahmen:

In der Verordnung über die kantonalen Museen vom 26. August 2014 sind Grundauftrag und Organisation der Museen umschrieben. Zudem sind da die organisatorische Einbindung der Museen ins Kulturamt und die Sonderstellung des Museums für Archäologie als Teil des Amtes für Archäologie festgehalten. Die im vorliegenden Bericht vorgeschlagenen Handlungsfelder und Massnahmen basieren auf diesem aktuellen Stand der Organisation der kantonalen Museen.

3.1. Implementierung Projektstruktur und Synergienutzung: Gründung Board Museen Thurgau

Am 23. Februar 2018 wurde wie im Bericht „Museen Thurgau. Betriebskonzept und gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)“, S. 22 vorgesehen das „Board Museen Thurgau“ ins Leben gerufen. Mitglieder des Board sind: Hannes Geisser, Dominik Gügel, Gabriele Keck, Markus Landert und Urs Leuzinger.

Das Board dient als Forum für die Organisation von gemeinsamen Aktivitäten der Museen. Es ist innerhalb des Kulturamtes und der Museen wie folgt positioniert:



Die Hauptaufgaben des Boards sind die Aufnahme einer intensiveren Zusammenarbeit und Kooperation, die konsequente Nutzung von Synergien unter den kantonalen Muse-

en, die Entwicklung gemeinsamer Projekte sowie die Umsetzung der im Bericht „Museen Thurgau. Betriebskonzept und gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)“ beschriebenen Aufgaben:

- Um die vorgegebenen Aufgaben zu erfüllen, traf sich das Board bis Ende Januar 2019 zu sieben Sitzungen und initiierte in der Folge erste Projekte, insbesondere eine alle Museen umfassende Ausstellung sowie die Diskussion über eine Neugestaltung der gemeinsamen Angebote für Kinder. Eine der Sitzungen war dem Thema gemeinsamer Auftritt (Dachmarke) Museen Thurgau gewidmet.
- Als Arbeitsinstrument richtete das Kulturamt auf Fabasoft für das Board einen Teamroom ein, in dem alle relevanten Dokumente abgelegt sind und für die Mitglieder des Boards wie auch für die Leiterin Kulturamt jederzeit einsehbar und bearbeitbar sind.
- Zusätzlich zu den Treffen des Boards, das sich hauptsächlich mit Entscheidungen auf der strategischen, planerischen Ebene beschäftigt, wurden für die Organisation einer grossen gemeinsamen Ausstellung sowie für die Erneuerung der Kinderprogramme (s.u.) mehrere Ad-hoc-Projektteams ins Leben gerufen, die an der operativen Umsetzung dieser Projekte arbeiten.

3.2. Festlegung Thema gemeinsames (Ausstellungs-)Projekt im Jahr 2020 EXPOTG 1 „Thurgauer Köpfe“

Um die sechs Museen gegen aussen als Einheit sichtbar zu machen und um eine grössere Sichtbarkeit zu entwickeln, wurde das gemeinsame Ausstellungsprojekt „Thurgauer Köpfe“ entwickelt. Das Projekt wird 2020 in allen sechs kantonalen Museen zur Umsetzung gelangen. Dabei entsteht ein Modell für eine Zusammenarbeit, das sich auch auf künftige Ausstellungen übertragen lässt. Eine intensive und kritische Auswertung während und nach den Arbeiten ermöglicht es, die gemachten Erfahrungen – wenn nötig – für die Zukunft zu modifizieren. Diese erste Ausstellung wird als Beginn einer Projektreihe EXPOTG zu Thurgauer Themen konzipiert.

3.2.1. Projektbeschreibung (Stand Januar 2019)

„Thurgauer Köpfe“ ist ein gemeinsames Projekt der sechs kantonalen Museen im Thurgau an vier verschiedenen Standorten. Das Historische Museum, das Naturmuseum, das Museum für Archäologie, das Ittinger Museum, das Kunstmuseum sowie das Napoleonmuseum lancieren mit „Thurgauer Köpfe“ unter der Projektreihe EXPOTG eine erste gemeinsame Ausstellung der kantonalen Museen, die in Zukunft alle drei Jahre in

9/19

ähnlicher Form stattfinden soll. Die dezentrale Ausstellung ermöglicht an ganz unterschiedlichen Orten eine Begegnung mit Menschen, Tieren, Pflanzen, die als Einheimische oder Fremde die Vorstellung des Thurgaus prägen und gestalten. „Thurgauer Köpfe“ provoziert so ein vergnügliches Nachdenken darüber, was denn der Thurgau war, ist und / oder allenfalls auch sein könnte.

Die Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ muss mehr werden als nur eine Akkumulation von Einzelementen in den einzelnen Häusern. Das von den sechs Museen organisierte Projekt soll als Einheit erkennbar sein und am Markt als solche platziert werden. Damit dies erreicht werden kann, müssen Inhalte, Gestaltung, Rahmenprogramm, schulische Vermittlung und Kommunikation koordiniert werden, wobei gleichzeitig den einzelnen Häusern genügend Freiheiten für eigene Ausformulierungen und Aktivitäten bleiben. Eine gemeinsame Ausstellungspublikation macht die Inhalte der EXPOTG1 auch nach Ausstellungsende nachhaltig sichtbar.

Für das Erreichen der gesteckten Ziele ist ein gemeinsames Marketing ein wichtiges Element. Die dabei gesammelten Erfahrungen bilden die Grundlagen für eine fundierte Diskussion über Aufgaben und Funktion einer Dachmarke Museen Thurgau.

Für die Umsetzung der EXPOTG 1 sind zusätzliche Mittel von dritter Seite notwendig. Dies gilt sowohl für finanzielle wie auch für personelle Ressourcen. (s.u.)

3.2.2. Ausstellungsorganisation

Die verschiedenen Arbeitsfelder und Verantwortungen werden wie folgt aufgeteilt:

- Gesamtleitung: Board

Das Board definiert das Ausstellungsthema und die Rahmenbedingungen der Zusammenarbeit zwischen den Museen. Für die Umsetzung der einzelnen Arbeitsschritte werden Ad-hoc-Arbeitsgruppen aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der beteiligten Museen gebildet.

- Publikation / Lead: Urs Leuzinger, Museum für Archäologie

Der Projektverantwortliche entwickelt ausgehend von dem vom Board definierten Inhaltsverzeichnis ein Publikationskonzept und setzt dieses um. Inhalte und Bilder zu den einzelnen Texten werden durch die einzelnen Museen geliefert.

- Gemeinsame Gestaltungselemente der Ausstellung/ Lead: Eliane Huber, Naturmuseum

10/19

Damit an den verschiedenen Ausstellungsorten eine Wiedererkennbarkeit erfolgt, entwickelt die Projektverantwortliche aufgrund der vom Board formulierten Rahmenbedingungen und auf Basis des CI der kantonalen Museen gemeinsame gestalterische Elemente für einen gemeinsamen visuellen Auftritt der verschiedenen Ausstellungen, welche für alle kantonalen Museen/Museen Thurgau als verbindlich erklärt werden (vgl. Kap. 3.6). Für die Realisierung der Ausstellungen im Geiste dieses gemeinsamen Auftritts ist das Board zuständig. Jede Institution soll dabei vor Ort weiterhin seine individuelle gestalterische Handschrift zum Ausdruck bringen können.

- **Kommunikationskonzept / Lead: Cornelia Mechler, Kunst- und Ittinger Museum**
Die Projektverantwortliche entwickelt aufgrund der vom Board definierten Rahmenbedingungen und Kernthemen ein umfassendes Kommunikationskonzept. In diesem Konzept ist festgelegt, welche Drucksachen / Presseerzeugnisse gemeinsam produziert, welche bei den einzelnen Institutionen bleiben. Die Kommunikationsarbeit erfolgt in Koordination mit dem kantonalen Informationsdienst. Die Erfahrungen mit diesem ausstellungsbezogenen, alle Museen umfassenden Kommunikationskonzept wird die Grundlage für die Erarbeitung einer längerfristig umfassenderen gemeinsamen Kommunikation bilden.

- **Vermittlung und Rahmenprogramm / Lead: Melanie Hunziker, Historisches Museum**

Vermittlungsangebote und Rahmenprogramm sind grundsätzlich in der Verantwortung der einzelnen Museen. Die Projektverantwortliche entwickelt ein Vermittlungskonzept für gemeinsame Vermittlungsangebote, z.B. für schulische Angebote, Veranstaltungen im Rahmen des Museums für Kinder, gemeinsame Führungs- und Exkursionsangebote o.ä. und koordiniert die Angebote der einzelnen Museen in Zusammenarbeit mit der Verantwortlichen Kommunikation. Bei den schulischen Vermittlungsangeboten sorgt die Projektverantwortliche – dort wo die inhaltlichen Voraussetzungen es ermöglichen – für eine sichtbare Anbindung an den Lehrplan Volksschule Thurgau.

3.2.3. Kurzbeschriebe der einzelnen Ausstellungsteile (Stand Januar 2019)

- **Historisches Museum**

Ort: Altes Zeughaus

Zusammenfassung: Fragen und Themen rund um das Thema Persönlichkeit. Welche historischen, gesellschaftlichen und psychosozialen Mechanismen stecken mit Fokus auf den Thurgau hinter dem Phänomen der «Persönlichkeit»?

- **Kunstmuseum Thurgau**

Ort: Oberer Ausstellungskeller

Zusammenfassung: Im Kunstmuseum Thurgau werden das Leben und das Werk von rund einem Dutzend Künstlerinnen aus dem Zeitraum zwischen 1880 und 1980 vorgestellt. Die Beschränkung ausschliesslich auf Frauen bringt nicht nur bis anhin weitgehend unbekannte Persönlichkeiten ans Tageslicht. Sie thematisiert zugleich die gesellschaftlichen Auswahlmechanismen im Bereich der Kunst sowie deren Wandel.

- **Ittinger Museum**

Ort: Obergeschoss des Ittinger Museums

Zusammenfassung: Die meisten „Thurgauer Köpfe“ konzentrieren sich auf das späte 19. und frühe 20. Jahrhundert. In diesem Zusammenhang macht es Sinn, die Persönlichkeit von Victor Fehr näher zu beleuchten.

- **Museum für Archäologie**

Ort: Sonderausstellungsraum Naturmuseum/Museum für Archäologie

Zusammenfassung: Die Ausstellung wird gemeinsam mit dem Naturmuseum gestaltet. Angedacht ist ein Weg durch die Jahrtausende, entlang dessen unterschiedliche Grabungen/Personen/charakteristische Pflanzen/Tiere usw. liegen. Die ausgewählten Grabungen aus der Jungsteinzeit, Bronzezeit und Römerzeit sind alle vom Archäologen Karl Keller-Tarnuzzer untersucht worden. Darunter befinden sich UNESCO-

12/19

Welterbestätten wie Eschenz oder Arbon sowie wichtige Fundplätze wie Pfyn, Niederwil und Stutheien. Diese archäologischen Untersuchungen sind weit über die Kantonsgrenzen hinaus bekannt.

- **Napoleonmuseum (I)**: Hommage an Kaiserin Eugénie (2020 = 100. Todestag)

Ort: Cinéma und Dauerausstellung (Schloss)

Zusammenfassung: Kaiserin Eugénie schenkte dem Kanton Thurgau nicht nur die Liegenschaft Arenenberg, sondern damit verbunden auch wertvolle Kunstsammlungen, die sich meist im Depot des Museums befinden. Erstmals werden nun die Höhepunkte daraus gezeigt. Allerdings nicht als Einrichtungsgegenstände oder Objekte der napoleonischen Legende, sondern als für sich stehende Einzelstücke, als Botschafter des Thurgaus.

- **Napoleonmuseum (II)**: Von der Lust ein Gärtner am Bodensee zu sein (2020 = Landesgartenschau Baden-Württemberg in Überlingen)

Ort: Parkanlage

Zusammenfassung: Der Thurgau gilt als der Gartenkanton der Schweiz. Schloss Arenenberg verfügt über eine jahrhundertealte Tradition des Gartenbaus. Von der Antike bis ins 21. Jahrhundert lassen sich die Stilepochen bestens anhand der Besitzerinnen und Besitzer und deren Gärtnern zeigen.

- **Naturmuseum**

Ort: Sonderausstellungsraum Naturmuseum/Museum für Archäologie

Zusammenfassung: Die Ausstellung wird gemeinsam mit dem Museum für Archäologie gestaltet. Angedacht ist ein Weg durch die Jahrtausende. Der Ansatz rückt das Kernthema des Naturmuseums – Natur und Naturgeschichte des Thurgaus – ins Zentrum. Dabei wird das Thema der Ausstellung mit den dem Naturmuseum eigenen Inhalten und Sammlungsobjekten interpretiert.

3.2.4. Zeitplan Ausstellungsorganisation

Ein detaillierter Zeitplan liegt aktuell noch nicht vor. Festgelegt ist die Ausstellungsdauer von April bis Oktober 2020. Der genaue Eröffnungstermin 2020 wird frühzeitig festgelegt. (s. Mittelfristplanung im Anhang). Für die zeitgerechte Umsetzung der operativen Arbeiten in den einzelnen Museen sind die einzelnen Institutionen verantwortlich.

3.3. Festlegung Themen diverse gemeinsame Projekte von Museen Thurgau 2018–2022

3.3.1. Relaunch „Museum für Kinder“

Das bestehende Angebot „Museum für Kinder“ weist sowohl von der Sichtbarkeit als auch vom grafischen Auftritt Schwächen auf. Ein Relaunch des gemeinsamen Projektes „Museum für Kinder“ der kantonalen Museen wurde diskutiert. Insbesondere überprüft wurden der Name, die Kommunikation und der grafische Auftritt. Die Mehrheit hat sich an der Sitzung vom 22. Januar aber für die Beibehaltung von «Museum für Kinder» ausgesprochen und beschlossen, keine über die bisherigen Kommunikationsmassnahmen hinausgehende Werbung zu betreiben und nur den Flyer neu zu gestalten.

Geplant ist der neue grafische Auftritt ab Juli 2019.

3.3.2. Weitere gemeinsame Projekte von Museen Thurgau

Eine verstärkte Zusammenarbeit unter den kantonalen Museen soll durch gemeinsame, trilaterale oder bilaterale Projekte die Sichtbarkeit der beteiligten Museen verstärken. Für 2019–2020 sind folgende Projektideen in Diskussion bzw. konkret vorgesehen:

- Veranstaltungsreihe „Gastspiel“ im Rahmenprogramm der gemeinsamen Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ bei der die Museumsleitungen in einem spartenfremden Museum eine Ausstellungsführung bestreiten (April 2020 bis Oktober 2020)
- Gärten, Parks und Naturlandschaft: Mehrere Museen haben im Bereich der Natur Interessantes zu bieten. Diese gemeinsamen Themenfelder werden gemeinsam bewirtschaftet, ev. durch den Aufbau eines „grünen Pädagogik- und Vermittlungszentrums“ auf dem Arenenberg (NAP und BBA). Bereits fortgeschritten sind die Vorbereitungen zur Vermittlung der „Flora und Fauna“ auf Arenenberg unter Einbeziehung der Landwirtschaft. Eine aus NM/NAP und BBA bestehende Arbeitsgruppe tagt im Februar 2019.

14/19

- Wissenstransfer und -austausch: Implementierung von Austauschforen für die Bereiche Sammlung, Vermittlung, Museumstechnik und Besucherservice im Zuge der Arbeiten an der gemeinsamen Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ (2019/2020)

3.4. Festlegung der Mittelfristplanung von Museen Thurgau 2018–2022

Für die Mittelfristplanung der Programme der Museen dient die im Teamroom abgelegte Planungstabelle. Sie wird jährlich aktualisiert. (Version Januar 2019 im Anhang)

3.5. Implementierung Unternehmenskultur Museen Thurgau

Die Unternehmenskultur von Museen Thurgau leitet sich aus den Führungsgrundsätzen des Kantons ab: Wertschätzung, Vorbild und Beweglichkeit. Es finden mittlerweile regelmässige Board-Sitzungen statt, in denen strategische Ziele besprochen werden und ein Wissens- und Gedankenaustausch unter den Museumsleitungen erfolgt.

Die gemeinsame Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ funktioniert als konkretes Projekt, mit dem neue Formen der Zusammenarbeit und Synergien erprobt werden. Am vorliegenden Beispiel und anhand realer Aufträge beginnen Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der verschiedenen Museen auf unterschiedlichen Stufen neue Instrumente der Zusammenarbeit zu entwickeln. So werden insbesondere konkret erprobt, wie museumsübergreifende Themen gefunden, wie eine gemeinsame Kommunikation, gemeinsame Publikationen und ein gemeinsamer Auftritt entwickelt werden können.

Aktuell erzeugt diese Entwicklung von funktionierenden Formen der Zusammenarbeit Mehrbelastungen für die einzelnen Museumsteams. Wo und wie sich dadurch betriebliche Synergien erreichen lassen, wird sich zeigen. Bereits heute lässt sich aber eine veränderte Gesprächskultur zwischen den Museumsleitungen feststellen, die auf die regelmässigen Arbeitstreffen der Museumsleitungen für die erste gemeinsame Ausstellung und die Erneuerung des grafischen Erscheinungsbilds des Kinderprogramms zurückzuführen sind.

3.6. Bearbeitung und Implementierung gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)

Die in den Regierungsrichtlinien geforderte Bündelung der Leistungen, und die vom Regierungsrat unterstützte Bildung einer verstärkten Visibilität im Markt durch eine

15/19

eigenständige Dachmarke, ist nach wie vor das angestrebte Ziel. Die Erlebnis-, Bildungs- und Erfahrungsorte sollen durch ihre verstärkte Präsenz und ihre gemeinsamen Marketing- und Kommunikationsmassnahmen ein breites Spektrum von Kulturinteressierten mobilisieren.

Die Dachmarke Museen Thurgau steht für Sichtbarkeit, Verbundenheit, Bündelung der Kräfte sowie als Qualitätslabel und „Marke“ für die kantonalen Museen. Die Verantwortlichen der Museen wollen schrittweise vorgehen und die Dachmarke als Resultat der gemeinsamen Ausstellungsthemen und der damit gemachten praktischen Erfahrungen aufbauen.

In einem ersten Schritt wird modellhaft an einem gemeinsamen Auftritt gearbeitet und auf operativer Ebene erprobt. Das Board als strategisches Gremium legt zusammen mit der Leiterin des Kulturamtes fest, was die gemeinsamen Nenner sind, z.B.:

- Jedes Museum ist Teil eines Ganzen
- Die Museen verstehen sich als Verbund mit gemeinsamer Mission
- Die individuelle Kompetenz mit ihrer thematischen Ausprägung bleibt erhalten
- Markante übergeordnete Gestaltungselemente für Museen Thurgau, auf die aktiv und konsequent verwiesen wird
- Die Kommunikation gegen innen und aussen wird unter der Kennzeichnung „Museen Thurgau“ erfolgen.

Im Hinblick auf eine gemeinsame Dachmarke werden in Zusammenhang mit der Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ erste Formen eines gemeinsamen Auftritts mit gemeinsamen grafischen und sprachlichen Elementen erprobt und Entscheidungsgrundlagen für die Weiterentwicklung hin zur Dachmarke entwickelt.

Das Board wünscht eine schrittweise, pragmatische Vorgehensweise, was bedeutet, dass die Implementierung einer eigentlichen Dachmarke in Zusammenhang mit der Ausstellung im 2020 noch nicht abgeschlossen sein wird.

In jedem Fall sollen die Grundsätze des gemeinsamen Auftritts und der gemeinsamen Kommunikation der Ausstellung und der dazugehörigen Vermittlungsangebote etc. in einem vereinfachten Manual festgehalten und von allen Museen bei gemeinsamen Projekten (auch bilateralen oder trilateralen Projekten) verbindlich eingesetzt werden.

4. Kommunikation

Als Auftraggeberin der Museumsstrategie liegt der Lead der Kommunikation zu allen Teilbereichen der Museumsstrategie von Museen Thurgau bei der Chefin DEK. Sie entscheidet, wann und wie eine erste Medieninformation stattfindet.

Geplant ist eine grossangelegte Medieninformation im März 2019, die folgende Elemente enthält:

- Hintergrund, Themen und Ziel Museumsstrategie
- Vorgehen Museumsstrategie: (SWOT-Analyse, Entwicklung Strategie und Massnahmen, Entwicklung konkrete Projekte, Zeitplan etc.)
- Infrastrukturprojekte (Kunst- und Ittingermuseum und Historisches Museum)
- Gemeinsame Projekte Museen Thurgau (Ausstellung, Relaunch Museum für Kinder, gemeinsamer Auftritt (Dachmarke) etc.

Im Anschluss an die Medieninformation durch das DEK im Frühjahr 2019 werden Museen Thurgau je nach Thema in Zusammenarbeit mit dem Kulturamt gemeinsam die einzelnen konkreten Projekte im Detail kommunizieren. Die Chefin DEK und der kantonale Informationsdienst werden in jedem Fall informiert und je nach dem einbezogen:

- Gemeinsamer Jahresmedienanlass im Beisein der Chefin DEK, an dem die sechs Museen die gemeinsame Ausstellung 2020 sowie die Highlights der jeweiligen Jahresprogramme vorstellen (Januar 2020)
- Ausstellungsprojekt aller sechs kantonalen Museen mit dem Titel „Thurgauer Köpfe“ (Arbeitstitel) und auf die jeweilige Öffentlichkeitsarbeit der einzelnen Museen abgestimmte, gemeinsame Werbe- und Kommunikationsarbeit (April 2020 bis Oktober 2020)
- Gemeinsame Medieninformationen über die Öffnungszeiten und allfällige Spezialanlässe an den Feiertagen (Ostern, Auffahrt und Pfingsten, Weihnachten) sowie am Internationalen Museumstag (19. Mai 2019) in Zusammenarbeit mit dem Informationsdienst, ev. begleitet mit gemeinsamen Inseraten in der Tagespresse
- Gemeinsamer Medienanlass zur Lancierung Neugestaltung Flyer „Museum für Kinder“ (Juli 2019)

5. Betriebskonzept und Ressourcenplanung

5.1. Ressourcen Personal

Das „Betriebskonzept Museen Thurgau“ geht davon aus, dass für die geplanten Massnahmen ausser eventuell für die Konzeption und Implementierung des gemeinsamen Auftritts keine zusätzlichen Personalressourcen nötig sind. Board und Projektmitglieder rekrutieren sich v.a. aus den Leitungen und den Mitarbeitenden der kantonalen Museen. Projektbezogen werden jedoch punktuell zusätzliche Projektmittel nötig sein, um gemeinsame Projekte mit grossem Koordinations- und Organisationsaufwand zu realisieren (vgl. Betriebskonzept Abschnitt 8.1, Seite 24).

5.2. Ressourcen Sachmittel

Die Umsetzung des gemeinsamen Ausstellungsprojektes erfolgt weitgehend mit Mitteln aus den Budgets der beteiligten Museen.

Für eine erhöhte Sichtbarkeit sind zusätzliche Mittel für Marketing-, Kommunikations- und Werbemassnahmen notwendig. Desgleichen kann eine der Grösse der Ausstellung entsprechende Begleitpublikation nur realisiert werden, wenn zusätzliche Mittel zur Verfügung stehen. Die nachfolgende Zusammenstellung ist eine grobe Schätzung, die allerdings auf den Erfahrungen der Museen beruht (vgl. auch Modellbudget im Betriebskonzept S. 29).

a) Marketing-, Kommunikations- und Werbemassnahmen: Fr. 100'000.-

- Plakatierung APG im Kanton Thurgau und gezielt grenzüberschreitend
- breiter Einsatz von Social Media
- Inserate in regionalen und überregionalen Medien

b) Begleitpublikation: Fr. 60'000

- Fotografien
- Gestaltung, Satz und Druck
- Lektorat, Korrektorat, allenfalls Übersetzung

c) Gemeinsamer Auftritt „Museen Thurgau“, je nach Bedarf externes Mandat: Fr. 30'000

- Konzept überprüfen
- Umsetzungsmassnahmen
- Erarbeitung Kurzmanual

6. Zeitplan Umsetzung Museumsstrategie

Januar bis März 2019

- Abgabe Bericht „Umsetzung der Museumsstrategie (2. Teil)“ an Chefin DEK, 31. Januar 2019
- Februar: Weisse Zirk Regierungsrat
- Entscheid Chefin DEK über das weitere Vorgehen
- Terminierung Board Sitzungen; Umsetzung Ausstellungsorganisation mit den jeweiligen Aufgaben
- Erarbeitung grafische und sprachliche Elemente für den gemeinsamen Auftritt mit Kurzmanual
- 21. März, Medienkonferenz zur „Museumsstrategie Kanton Thurgau“, Lead Chefin DEK

April bis Dezember 2019

- Gemeinsamer Medienanlass Museum für Kinder (Juli)
- Abgabe Text- und Bildmaterial Publikation „Thurgauer Köpfe“ (September)
- Beginn Ausstellungsproduktion in den verschiedenen Museen (September)

Januar bis April 2020

- Gemeinsame Jahresprogrammmedienkonferenz 2020 mit Vorankündigung Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ (Januar)
- Auslieferung Publikation „Thurgauer Köpfe“ (März)
- Eröffnung Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ (April)

April 2020 bis Dezember 2020

19/19

- Ausstellung „Thurgauer Köpfe“ mit Rahmen- und Vermittlungsprogramm (April bis Oktober)
- Ausstellungsabbau mit Archivierung (November)
- Bilanzbericht EXPOTG1 (Dezember)

7. Anhänge

7.1. Anhang 1

Tabelle Mittelfristplanung