

Museen Thurgau

Betriebskonzept und gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)



20. Dezember 2017 zuhänden der Departementschefin DEK

Projektgruppe:

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

Externe Beratung:

Mirjam Reutimann, Beratergruppe für Unternehmensentwicklung
Christof Hofstetter, CI Programm AG

Museen Thurgau

Betriebskonzept und gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)

Inhaltsverzeichnis

1.	Einleitung	6
2.	Auftrag	7
2.1.	Ausgangslage	7
2.2.	Projektauftrag und Projektorganisation	7
3.	Herausforderungen	8
3.1.	Externe Herausforderungen	8
3.1.1.	Wachsende Erwartungen des Publikums	8
3.1.2.	Kampf um Aufmerksamkeit	8
3.1.3.	Digitalisierung	8
3.1.4.	Infrastrukturelle Anforderungen	8
3.1.5.	Professionalisierung der Museumsarbeit	9
3.2.	Interne Herausforderungen	9
3.2.1.	Mangelnde Sichtbarkeit der Museen	9
3.2.2.	Beschränkte Zusammenarbeit	9
3.2.3.	Mangelnde Ressourcen	9
4.	Betriebskonzept Museen Thurgau	10
4.1.	Grundsätzliches Museen Thurgau	10
	Kernauftrag	11
	Rolle	11
	Struktur	11
	Kompetenzen	11
	Unternehmenskultur	11
	Zusammenarbeit	12
	Bildungsauftrag	12
	Gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)	12
4.2.	Ziele Betriebskonzept Museen Thurgau	13
4.2.1.	Steigerung der Sichtbarkeit und Wirkung	13
4.2.2.	Intensivierung der Zusammenarbeit und Austausch von Knowhow	13
4.2.3.	Erneuerung und Erweiterung der Infrastrukturen	13
5.	Museen Thurgau – Gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)	15
5.1.	Museen Thurgau – Kennzeichnungssystematik	16
5.2.	Museen Thurgau – Markierung	17
5.3.	Museen Thurgau – Die visuelle Welt	18
5.4.	Implementierung	20
5.5.	Führung der Dachmarke	21

6.	Struktur Museen Thurgau	22
7.	Operative Abläufe der projektbasierten Zusammenarbeit der Museen Thurgau	23
7.1.	Planung gemeinsamer Projekte	23
7.2.	Gemeinsame Projekte (beispielhaft, unvollständige Liste)	23
7.3.	Interne Kommunikation	23
7.4.	Nutzung Synergien	24
8.	Ressourcen	25
8.1.	Personal	25
8.2.	Finanzen	25
9.	Zeitplan Umsetzung Teil 1	26
9.1.	Dezember 2017 bis März 2018	26
9.2.	März bis Oktober 2018 (nach Entscheid Chefin DEK)	26
9.3.	Dezember 2018	26
10.	Anhänge	27
10.1.	Anhang 1	27
10.2.	Anhang 2	28
10.3.	Anhang 3	30
10.4.	Anhang 4	32
10.5.	Anhang 5	34

1. Einleitung

In den Richtlinien des Regierungsrates 2016–2018 ist festgehalten, dass der Kanton die Stellung der kantonalen Museen mit einer Museumsstrategie stärkt, im Kulturkonzept des Kantons Thurgau 2016–2018 ist dies als Entwicklungsziel der kantonalen Kulturpolitik ebenfalls festgehalten. Am 10. Januar 2017 hat der Regierungsrat im Rahmen eines Seminars vom Konzept «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 das «Betriebskonzept Museen Thurgau» unter der Leitung des Kulturamtes in enger Zusammenarbeit mit den Leitungen der sechs kantonalen Museen und dem Amt für Archäologie.

Das vorliegende Dokument fasst Vorschläge für ein «Betriebskonzept Museen Thurgau» als 1. Teil der Umsetzung der Museumsstrategie zusammen. Ausgehend von den kantonalen

Betrieben werden Strategien und Instrumente für eine umfassende Weiterentwicklung und Förderung der kantonalen Museumslandschaft vorgelegt. Alle Museen sehen sich heute aufgrund der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Veränderungen mit steigenden Ansprüchen konfrontiert. Das Papier zeigt erste Wege auf, wie diese konkret angegangen werden sollen.

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 liegt die vom Kulturamt zusammen mit den Museumsleitungen erarbeitete «Museumsstrategie Thurgau: Grundlagen, Vision und weiteres Vorgehen» vor. Der Regierungsrat hat im Rahmen eines Seminars am 10. Januar 2017 davon Kenntnis genommen. 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, wird unterstützt. Im Sinne eines ersten Umsetzungsschrittes soll aufgezeigt werden, wie diese Teile der Museumsstrategie konkret Eingang in die Zusammenarbeit der sechs kantonalen Museen finden. In der Folge

sollen praktische Erfahrungen gesammelt werden mit Blick auf die Frage, ob in einem zweiten Schritt eine noch engere Kooperation der Museen (Administration, Infrastruktur, gemeinsame Ausstellungen usw.) möglich und vorteilhaft ist.

2.2. Projektauftrag und Projektorganisation

Der DEK-Entscheid vom 14. März 2017 hält fest, dass die Leiterin Kulturamt als Projektleiterin in Zusammenarbeit mit den sechs kantonalen Museen bis zum 31. Dezember 2017 zuhanden der Chefin DEK Bericht zu folgenden Aufträgen erstattet:

- > Erarbeitung eines Konzepts zur Intensivierung der inhaltlichen, fachlichen, organisatorischen und betrieblichen Zusammenarbeit der sechs kantonalen Museen unter konsequenter Nutzung von Synergien;
- > Grundlagen zur Schaffung einer Dachmarke «Museen Thurgau»; Umsetzungsplanung;
- > personelle und finanzielle Folgen.

Von diesem Auftrag abgeleitet, wurde das vorliegende Betriebskonzept Museen Thurgau erarbeitet, das auch einen Vorschlag für einen gemeinsamen Auftritt (Dachmarke) enthält.

3. 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. Dies ist geprägt von meist lokalen, privat betriebenen, gelegentlich von den Gemeinden unterstützte Museen und Sammlungen von unterschiedlicher Ausrichtung und Qualität. Der grösste Teil der kleinen Museen wird ehrenamtlich geführt, einige mit beachtlichem Erfolg. Allerdings zeigt sich, dass gerade auch auf ehrenamtlich geführte Häuser grosse Herausforderungen zukommen.

Die kantonale Museumsstrategie soll sich demnach längerfristig nicht allein auf das Betriebskonzept der kantonalen Museen beschränken. Es ist notwendig, die gesamte thurgauische Museumslandschaft im Blick zu behalten. In einem ersten Schritt liegt der Fokus jedoch primär auf den kantonalen Museen.

Im Grundlagenpapier vom 6. Januar 2017 sind die wichtigsten Herausforderungen an die Museen ausführlich genannt, hier zusammengefasst nochmals die zentralen Punkte:

3.1. Externe Herausforderungen

3.1.1. Wachsende Erwartungen des Publikums

Die wachsenden und sich immer schneller ändernden Erwartungen des Publikums an ein Museum steigen, es stellt höhere Anforderungen an Präsentationstechnik, Ausstellungs-dramaturgie, Themenwahl und Ausstellungskadenz. Der Erlebnisfaktor spielt eine immer grössere Rolle.

3.1.2. Kampf um Aufmerksamkeit

Der Kampf um Aufmerksamkeit steigt, da die Museen im Wettbewerb mit vielen Anbietern von Freizeitangeboten stehen. Mittlere und/oder kleinere Museen müssen Voraussetzungen schaffen und Strategien entwickeln, um sich in diesem Wettbewerb behaupten zu können. Selbstredend muss die regionale Verankerung in einer attraktiven Kulturlandschaft als ein Markenzeichen in die Strategie miteinbezogen werden.

3.1.3. Digitalisierung

Die Attraktivität der Museen liegt in der besonderen Aura der originalen und oft einzigartigen Objekte, dazu ergänzend spielt die Digitalisierung aber eine immer wichtigere Rolle. Mehr – auch kulturelles – Wissen ist zugänglich ohne den Umweg über die Einrichtung Museum. Die Museen müssen ihre Arbeit diesen neuen Bedürfnissen anpassen und die vielfältigen Chancen der digitalen Medien gerade im Bereich der Vermittlung und der Sichtbarkeit ihrer Sammlungen nutzen.

3.1.4. Infrastrukturelle Anforderungen

Die Anforderungen an die Infrastruktur sind in den letzten Jahren substantiell gestiegen, ebenso die Anforderungen und Erwartungen

an die Inszenierung und Aufbewahrung der Objekte. Für Leihgaben müssen internationale Standards in Bezug auf Klima, Licht und Sicherheit erfüllt werden, die auch für die Objekte der eigenen Sammlungen zur Anwendung gelangen sollten. Zudem sind fachgerechte Lagerung in geeigneten Depoträumen und Einrichtung von Kulturgüterschutzräumen zum Schutze der wichtigsten Objekte zentrale Themen.

3.1.5. Professionalisierung der Museumsarbeit

Die ständig steigenden Erwartungen an die Zugänglichkeit der Bestände, an Ausstattungs-gestaltung, Vermittlung, Marketing, Kommunikation und Besucherservice führten zu einer Spezialisierung und Professionalisierung der Arbeitsfelder. Die kantonalen Museen haben sich diesen Herausforderungen bereits gestellt und weisen in den Kernbereichen der Museumsarbeit eine hohe Fachkompetenz auf. Durch besseren Knowhow-Transfer und gezielte Synergienutzung liegt hier aber noch ungenutztes Potenzial.

Für die regionalen Museen und Sammlungen bedeuten diese Herausforderungen eine grosse Hürde, weshalb das Kulturamt die Neuausrichtung der Museumsgesellschaft unterstützt, die eine professionellere Unterstützung der regionalen Museen anstrebt.

3.2. Interne Herausforderungen

3.2.1. Mangelnde Sichtbarkeit der Museen

Eine Selbstevaluation der kantonalen Museen im 2015 hat ergeben, dass sie mit Fachkompetenz und Professionalität agieren und ihre hochwertigen Sammlungen bewirtschaften.

Allerdings kann deren Attraktivität wegen eingeschränkter finanzieller Ressourcen nur beschränkt sichtbar gemacht werden.

3.2.2. Beschränkte Zusammenarbeit

Zwischen den Museen Thurgau gibt es, mit einzelnen Ausnahmen, z. B. Museum für Archäologie und Naturmuseum, keine institutionalisierte, nachhaltige Zusammenarbeit. Jedes Museum entwickelt im Kleinen alle Aufgaben selber, wodurch die Chancen von Synergien vergeben werden. Es fehlt insbesondere ein gemeinsames Entwicklungsziel und es gibt zurzeit keine Anreize für eine Zusammenarbeit.

3.2.3. Mangelnde Ressourcen

Für eine nachhaltige Weiterentwicklung der Museen Thurgau fehlen finanzielle und personelle Ressourcen.

Aufgrund dieser externen wie auch internen Herausforderungen schlägt das Projektteam ein Betriebskonzept Museen Thurgau vor, das auf engerer Zusammenarbeit unter den kantonalen Museen basiert, aber auch den Einbezug von regionalen Museen möglich macht.

4. Betriebskonzept Museen Thurgau

In der Verordnung über die kantonalen Museen vom 26. August 2014 sind Auftrag und Organisation der Museen umschrieben, zudem sind 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 dem aktuellen Stand der Organisation der kantonalen Museen.

4.1. Grundsätzliches Museen Thurgau

Die sechs kantonalen Museen bilden den Kern von Museen Thurgau. Museen Thurgau steht für den gemeinsamen Auftritt, für die Zusammenarbeit und Zusammengehörigkeit der sechs Museen und für die Museumslandschaft Thurgau.

Eine der Herausforderungen des Betriebs und der Vermittlung der sechs kantonalen Museen als eine Einheit liegt an der Verteilung der Institutionen auf verschiedene Standorte, die weit über den Kanton verstreut liegen.

Abgesehen vom Historischen Museum, dessen Standort (Schloss Frauenfeld) im Rahmen der Neuausrichtung zur Diskussion steht, sind die anderen Museumsstandorte Kartause Ittingen (Kunst- und Ittinger Museum), Arenenberg (Napoleonmuseum) und Frauenfeld (Naturmuseum und Museum für Archäologie) unbestritten. Die Dachmarke Museen Thurgau fasst die verschiedenen Standorte Kartause Ittingen, Arenenberg, und Frauenfeld zu einer Einheit zusammen und stärkt deren Sichtbarkeit gegen aussen.

Die vermehrte Zusammenarbeit und Synergienutzung zwischen den einzelnen Institutionen erfolgt in einem ersten Schritt primär projektbezogen. Die Mechanismen einer solchen projektbezogenen Zusammenarbeit sind nachfolgend modellhaft abgebildet. Diese Zusammenarbeit verbindet, zusammen mit dem gemeinsamen Auftritt (Dachmarke) Museen Thurgau, die einzelnen Institutionen und Standorte zur Museumslandschaft Thurgau. Der Begriff «Landschaft» ist dabei wörtlich zu verstehen: Die Thurgauer Landschaft ist das verbindende Element der fünf über den Kanton verteilten Standorte. Die Reise von einem Museum zum anderen – z.B. vom Kunstmuseum in der Kartause zum Napoleonmuseum auf dem Arenenberg, von der Altstadt Frauenfeld nach St. Katharinental – wird als Teil des Museumsangebotes und Museumserlebnisses gestaltet.

Kernauftrag

Der Auftrag von Museen Thurgau beinhaltet Sammeln, Erforschen, Ausstellen und Vermitteln, sowie die Sicherstellung der langfristigen Bewahrung kantonaler Kulturgüter.

Museen Thurgau sammeln und bewahren repräsentative Objekte als Belege der Natur- und Kulturgeschichte. Sie erforschen Herkunft und Hintergründe der Objekte mit zeitgemässen Methoden der Wissenschaft und machen sie Wissenschaft und Bevölkerung zugänglich. Museen Thurgau vermitteln die gewonnen Erkenntnisse u.a. in Ausstellungen, Tagungen, Publikationen, Vorträgen und zielgruppengerechten museumspädagogischen Angeboten.

Rolle

Museen Thurgau bilden den Kern einer vielfältigen Museumslandschaft Thurgau. Sie vermitteln an inhaltlich unterschiedlich ausgerichteten Standorten ihre Erkenntnisse in den Bereichen «Geschichte», «Kunst» und «Natur».

Struktur

Museen Thurgau mit ihren sechs kantonalen Museen an aktuell fünf Standorten sind Teil der kantonalen Verwaltung Thurgau und dem Kulturrat bzw. dem Amt für Archäologie unterstellt. Die heutige Organisationsstruktur der kantonalen Museen wird zurzeit unverändert belassen. Museen Thurgau verstehen sich als Kern, welcher in unterschiedlicher Form die Zusammenarbeit lebt.

Kompetenzen

Museen Thurgau fasst Expertinnen und Experten zusammen, welche sich durch hohe Fachkompetenz auszeichnen. Sie stellen diese auch regionalen Museen (Schwerpunkt Thurgau) bei Bedarf zur Verfügung. Sie agieren pluridisziplinär, national sowie international.

Fach- und Expertenwissen wird bei Museen Thurgau laufend weiter entwickelt. Dank hoher Fachkompetenz und Qualitätsstandards sind Museen Thurgau wegweisend.

Unternehmenskultur

Die Unternehmenskultur von Museen Thurgau leitet sich aus den Führungsgrundsätzen des Kantons ab, die heissen: Wertschätzung, Vorbild und Beweglichkeit. Darüber hinaus sind Innovation, Neugierde und Ideenreichtum weitere zentrale Bestandteile.

Museen Thurgau sind in ihrer Vermittlungs-, Sammlungs- und Forschungsarbeit innovativ. Sie verfügen über einen breiten Ideenpool in verschiedenen kulturgeschichtlichen Bereichen und begegnen Veränderungen offen und lösungsorientiert.

Zusammenarbeit

Museen Thurgau leben und fördern die aktive Zusammenarbeit sowie den Wissensaustausch intern, zwischen den Standorten und den drei Kompetenzbereichen und anderen Museen.

In inter- und pluridisziplinären Ausstellungsformaten/-Projekten treffen unterschiedliche Kompetenzen der einzelnen Fachbereiche zusammen. Zusammenarbeit und Wissensaustausch zwischen den einzelnen Standorten und Kompetenzbereichen sind aktiv gefördert und gelebt. Durch die Vernetzung und Zusammenarbeit ist die Wahrnehmung als vielgestaltiger Museumskanton gegen innen und aussen gestärkt. Das Fachwissen von Museen Thurgau wird auch Dritten zur Verfügung gestellt.

Bildungsauftrag

Museen Thurgau leisten einen bedeutenden Beitrag zur Bildung der Bevölkerung. Sie sind Begegnungsorte für die Bevölkerung und laden zur Auseinandersetzung mit Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft ein. Mit aktuellen Themen tragen die Museen Thurgau zur Identitätsbildung und Diskussion über gesellschaftliche Werte bei.

Museen Thurgau betreiben die Standorte als Stätten der Begegnung und des Austauschs und machen der Bevölkerung in geeigneter Form die Ergebnisse aus ihrer Sammlungstätigkeit und wissenschaftlichen Forschung zugänglich. Sie sind als ausserschulische Lernorte eine wichtige Ergänzung zu den Bildungsinstitutionen.

Gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)

Die Dachmarke Museen Thurgau steht für Sichtbarkeit, Verbundenheit und als Qualitätslabel. Museen Thurgau nutzen für die Ausgestaltung der Dachmarke das gebündelte Fachwissen in den kantonalen Museen. Für die Erstellung und den Betrieb der Dachmarke sind zusätzliche Ressourcen nötig.

4.2. Ziele Betriebskonzept Museen Thurgau

Hauptziele sind:

- > Das Betriebskonzept Museen Thurgau beschreibt ein zukunftsfähiges Modell – den Kern einer attraktiven Museumslandschaft Thurgau – und wie es entwickelt, umgesetzt und aktiv gelebt werden soll.
- > Die intensivere Zusammenarbeit und Kooperation unter den kantonalen Museen wird auf Basis des Betriebskonzeptes umgesetzt, gelebt und laufend ausgebaut.
- > Das Verhältnis der kantonalen Institutionen zu den mittleren, regionalen Museen ist geklärt.
- > Zwingend notwendige Investitionen erfordern verbindliche Finanzplanung.

Unterziele sind:

4.2.1. Steigerung der Sichtbarkeit und Wirkung

- > Gebündelte und koordinierte Massnahmen steigern die Attraktivität und Sichtbarkeit von Museen Thurgau.
- > Museen Thurgau treten mit gemeinsamen Projekten auf und erzeugen mehr Aufmerksamkeit.
- > Der gemeinsame visuelle Auftritt (Dachmarke Museen Thurgau) unterstützt die Wirkung nach aussen.

4.2.2. Intensivierung der Zusammenarbeit und Austausch von Knowhow

- > Das Betriebskonzept Museen Thurgau ist die Grundlage, um Austausch und Wissenstransfer unter den Museen zu fördern und zu institutionalisieren.
- > Die Mittelfristplanung (5-Jahres-Planung) der Museen Thurgau koordiniert die Zusammenarbeit und bündelt Kräfte.
- > Durch die operative Zusammenarbeit für gemeinsame Projekte ist der Austausch von Knowhow innerhalb der Museen Thurgau sichergestellt.

4.2.3. Erneuerung und Erweiterung der Infrastrukturen

Für den Betrieb von zeitgemässen und attraktiven Museen sind funktionelle Infrastrukturen notwendig:

- > Sanierung und allfälliger Ausbau der Ausstellungsräume des Kunstmuseums Thurgau in der Kartause Ittingen (Entscheid Frühjahr 2018, kurz- bis mittelfristige Realisierung)
- > Zusammenlegung der Depots und Erstellung von modernen Ausstellungsräumen für das Historische Museum Thurgau (auch nutzbar für Museen Thurgau) in einem Neubau auf dem Kasernenareal Frauenfeld oder an einem anderen Standort. Definitive Standortevaluation und Entscheid über weiteres Vorgehen bald möglichst.

- > Ein zentrales, modernes Sammlungszentrum (Depot, Restaurierung, Inventarisierung) wäre sinnvoll. Hier könnte das 2004 eröffnete Depot des Amtes für Archäologie ein Vorbild sein. Dieses umfasst nicht nur die kantonseigenen Bestände, sondern lagert auch die archäologischen Sammlungen lokaler und regionaler Museen (z. B. Arbon, Museumsverein Steckborn).
- > Ein Konzept für den Kulturgüterschutz wird unter der Leitung des DBU in Kooperation u.a. mit den Museen Thurgau erstellt. Die laufenden Massnahmen sollen den Museen für den Notfall (Brand, Naturkatastrophe, Krieg) geeignete Kulturgüterschutzräume und Infrastruktur zur Verfügung stellen.
- > Erstellung von Ausstellungsräumen für das Napoleonmuseum (aktuell zurückgestellt, abhängig von der weiteren Entwicklung der Gesamtanlage Arenenberg)
- > Erneuerung der Sammlungspräsentationen von Kunstmuseum Thurgau, Ittinger Museum, Naturmuseum Thurgau und Museum für Archäologie Thurgau (mittel- bis langfristig). Sammlungspräsentationen und die sie beherbergenden Räume benötigen in Zeiträumen von fünfzehn bis zwanzig Jahren eine umfassende Neugestaltung mit entsprechenden Aufwendungen im Bereich der Infrastrukturen (Licht, digitale Vermittlungsinstrumente, Sicherheit).

5. Museen Thurgau – Gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)

Museen Thurgau bündeln ihre Kräfte, erzeugen Synergien und lenken die Wahrnehmung mit einem publikumswirksamen Auftritt. Dazu wird eine übergeordnete «Klammer» entwickelt, die das Gemeinsame signalisiert und den Museen im Kanton zu neuer Aufmerksamkeit verhilft. Ausgangslage dazu bilden zwei Bedingungen:

1.

Kompatibilität mit dem Erscheinungsbild des Kantons Thurgau.

2.

Kulturaffine Umsetzung und Alleinstellung im Umfeld der Mitbewerber.

Innerhalb des CI CD Programms des Kantons Thurgau haben die Museen in den letzten 10 Jahren eine eigene Ausprägung ihres Auftritts beansprucht. Im Zentrum stand das zu vermittelnde Ausstellungsthema, eine eigene ästhetische Bildsprache und der klare Bezug zum Kanton (TG Löwen).

Ausserdem haben sich die Museen zu einer gemeinsamen und einheitlichen Umsetzung verpflichtet. Die Grundsätze sind in einem Manual festgehalten. Im Sinne der Kontinuität,

der Wiedererkennung und dem Umgang mit Ressourcen, soll dieses System des Auftritts im Wesentlichen beibehalten werden. Um der «Marke» Museen Thurgau Bedeutung, Relevanz und Aufmerksamkeit zu verleihen, benötigt der neue Verbund jedoch ein starkes übergeordnetes Signal. Die daraus inhaltlich abgeleitete und verdichtete Kompetenz umschreibt die Einzigartigkeit des vielfältigen Kulturraums.

Museen Thurgau Geschichte. Kunst. Natur.

Die nachfolgenden Visualisierungen sind prototypisch zu verstehen. Sie werden nach dem Grundsatzentscheid des Regierungsrates mit Museen Thurgau, den Amtsleitungen und dem Markenrat präzisiert.

5.1. Museen Thurgau – Kennzeichnungssystematik

Sämtliche Elemente des Auftritts sind aus dem gültigen Erscheinungsbildes des Kantons Thurgau abgeleitet:

- > Die verbale Umschreibung, Schrifttyp und Typografie
- > Das Bekenntnis zum Kanton mit der Markierung (TG Löwen)
- > Der Horizont in Kurzform

Einzig die schwarzweiss gehaltene Bildwelt auf der ersten Wahrnehmungsebene signalisiert eine weitere und exklusive Alleinstellung für die Museen.

Der Verzicht auf Farbe zeigt nicht nur Alleinstellung, sondern auch eine Abstraktion mit ästhetischem Wert.

1 Kennzeichnung Museen Thurgau

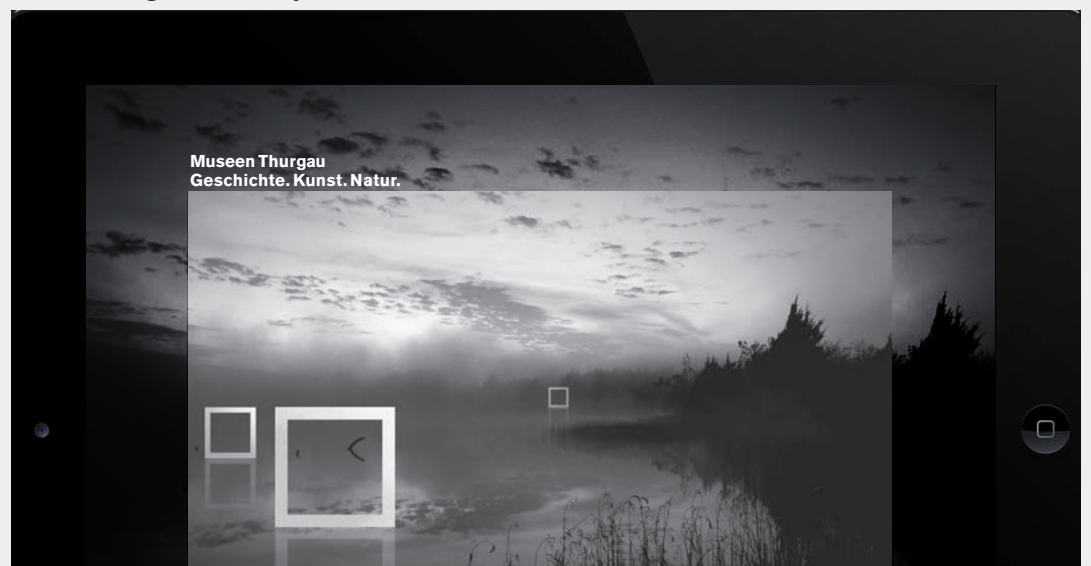


2 Bildwelt

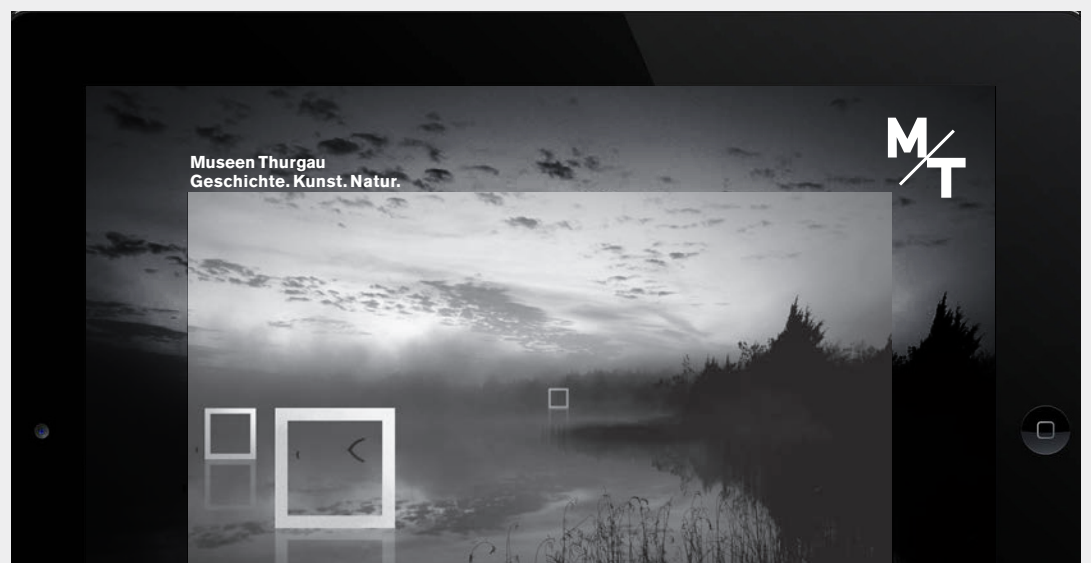
3 Stützung Kanton

5.2. Museen Thurgau – Markierung

Markierung über Kompetenz



Markierung über Kompetenz und Superzeichen



5.3. Museen Thurgau – Die visuelle Welt

Museen Thurgau
Geschichte. Kunst. Natur.




Thurgau 



Landschaft
der
Sinne

Museum für Archäologie

Sequiam facea cus vendus. Pudandendus eriat ulpa conecit quisernatur?
Tem. Nem vides autempo ratios et adi dis respid quaspe liautem asit, sin perfe assume plam que consequatur mod euma.

Quamus vitinumque por ma cum iuntior asperum sinus magnis aut volorem porporio. Ellor antur sequisq lenlam exeribus, si alicils qui volerer ionsequasit et que cus as cum nimpeles ma pro et quantiasptur at.

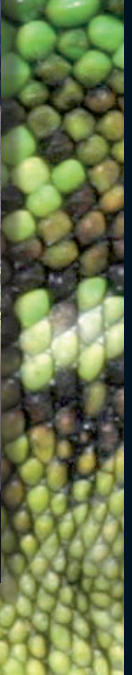
Rio et quis sus eum, nihilia eribus estaser volupta turecab orecturibus ut mil liiqu. Is et volor as susapicidi tem. Neque sitlara solupta eribeature audae his eatin con secte quamet illorem quam etur messam? Unt. Omni odia sitis exceperi sequas reconsei accatur aut voluptatur moiorum.

Is eum ratur? Sunt aut faccati onserumet fugitlur moto dolorepre. Lab ipsam elusam autem ate vitas volesto tatur, sim issit, omnient allique laut este magnime omnis et faccum que peremporro invellon ricobae.

Em qui reperia consequi am, cupta sa ditatque est quia doloreque pratur assenis at amus.

Moluptatus modiplendera volum sit wela aliquamus ad maio quaspit od qui atlis veandemp ossissitate pore et et adist labAS lum eum qui del incture nichideolis iunt. Ehent. Sed qui in cum faccatq uidermatesa si ut rem am, aliquam sit volent et liqua mporibus aute eturibus, core pilibusamet pro tem qui conessum quature ptatur? Quidae vellgnihii et a volupti atureius erasi. Nem idellit allae quam qui sunt officiant







Museen Thurgau
Geschichte. Kunst. Natur.



news

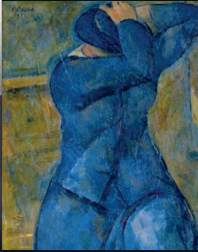
02
18



Lorem ipsum dolor esnat

Torem velectorest est quist utemquam aut quassum, cullaborum ipsae. Pudis eostio dolectorro ilignimus molupti asperatis sandunt.

Re nonem quassereste cum nimolut quisquamet, sus, ommolor eperum que delectus dolo tenda doloria tenihil et volorestia cum veratur sini audit, ut acest, es verum is ut volupti destionsecae coreperumqui uta volut dolorru mquate acepreh enditaque cus nat. Ehentii squisto di ducimpe et autem volut ea ipsapid.



Serat isum delim

Imoluptatia prate ad ma quiam, que molla volor remoluptae et atur magnime dellestrum doluptius aut as seceped qui quiae pliat essunto eaquasitati doluptas et od moluptatet ommodigendae pos voloratum que ni ad quam roerovid que dere magnis molorio. Agnis cus parciennem ullah di optatium quidess inimus dolupta corro tessi id et aut landucipite volum laut vellestium as moluptatia nossunt et, odicab ipsante etur resequatem il eum facil illia nosant es ad es pore consers pelesse nimintium libus aut estrupt asperum dipsamende derion nienist, te pa si tecuptae perum ut rem dus volor auta denet earum nuscia doluptae iduscimus event as sapiti doloresque dolorion esedisciende consect orepero conmita tecessequia voluptam remque non-seniet adictur sapedi ommolorest, simusam aut dolupti onsequatin et omnisci litaspe dignia si dis sim int aut es voluptium etur? Quis ex et lab incti blandem ipsant porepra vit, cone optatur sendest rumquis simaxim invelent, simpore venihic totates aliciae vel eaqi tem sequis quid moditecae dolenihi optatur?



5.4. Implementierung

Nachdem bereits verschiedene Modelle zur Entscheidungsfindung entwickelt wurden, kann eine Implementierung des Erscheinungsbildes in logischen Schritten und in Absprache mit den Verantwortlichen eingeleitet werden.

Umsetzung, Betrieb und Pflege erfordern zusätzliche personelle und finanzielle Ressourcen.

Zu diesem Zweck sind die nachfolgenden Phasen zu planen.

Nach einem Grundsatzentscheid des Regierungsrates:

1.

Information

> Abgrenzung und Vertiefung der übergeordneten Kommunikationsmassnahmen

2.

Konzeptverfeinerung

> Grundsätze und Richtlinien zu Auftritt und Kommunikation

3.

Signale und Botschaften

> Umsetzung CI CD Ausprägung mit Bildwelten
> CD Manual

4.

Verabschiedung

> Regierungsrat, Amt, Markenrat
> Vermittlung an die Verantwortlichen der Führung und Durchführung
> Erstellen der reproduktionsfähigen Vorlagen

5.

Auftritt im Markt

> Lancierung
> Gemeinsame Kommunikation
> Signaletik
> Marketingaktivitäten

5.5. Führung der Dachmarke

Die Führung der Dachmarke beinhaltet folgende Aufgaben:

1.

Planung und Koordination

Koordination der Planung von einzelnen und gemeinsamen Projektauftritten. Planung von Inhalten, Terminen und Finanzen. Projektmanagement.

2.

Durchführungsarbeiten

Umsetzung der geplanten Aktivitäten mit dem bestehenden Netzwerk (Museumsleitungen, Zuständige für Inhalte, Designer, externe Produzentinnen/Produzenten).

Basis dazu ist das CI CD Manual Museen Thurgau (Dachmarke).

3.

Produktion

Realisation der Kommunikationsmittel (Print, Web, 3D) mit dem bestehenden Netzwerk von Produzenten.

4.

Controlling, Supervision

Begleitung im Sinne der Zielsetzung und des Projektmanagements. Controlling Zeit und Geld. Reflexion und Dokumentation.

Wer führt die Dachmarke?

Version 1:

Die Führung liegt bei den Museen. Eine Museumsleitung übernimmt den Lead und führt gemäss den Punkten 1 bis 4.

Vorteil:

- > Vertrautes Vorgehen in einem kollegialen Umfeld

Nachteil:

- > Unter Umständen Eigendynamik und Distanz zum Kanton/Kulturamt

Version 2:

Die Führung liegt beim Kulturamt.

Vorteil:

- > Es gibt die Autorität auf Stufe Kanton. Transparenz und Supervision sind gewährleistet. Das Kulturamt kann sehr direkt führen und Einfluss nehmen.

Nachteil:

- > Ist für die Museen in dieser Form neu

Personeller Aufwand

Beide Versionen zur Führung bedingen einen zusätzlichen personellen Aufwand, der aber mittelfristig durch geeignete Synergien im Sinne einer Konzentration ausgeglichen werden kann.

Voraussetzung dazu wäre allerdings eine Konzentration auf ein Kernteam und nur wenige externe Partner (Zuständige für Inhalt, Designer, Drucker etc.). Auch die Unterstützung durch Beda Blöchlinger (Markenrat) (Peter Guarisco) sollte geprüft werden.

Zur Führung der Dachmarke ist mit einem Aufwand von ca. 25 Stellenprozenten zu rechnen, um die Aufgaben und damit die Zielsetzung zu erreichen.

Nächste Schritte

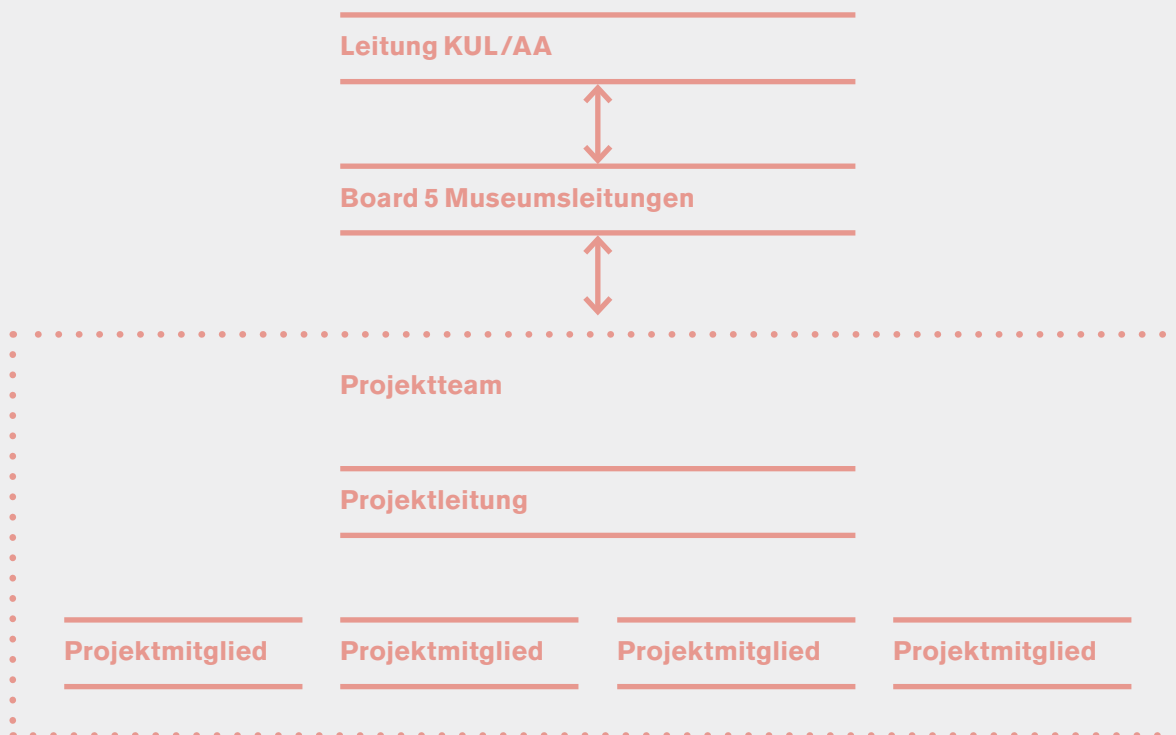
- > Regierungsrat Grundsatz und Entscheid
- > Vorhandene Ressourcen und Stärken identifizieren
- > Führungsmodell entscheiden
- > Budgetentscheid
- > Implementierung planen

6. Struktur Museen Thurgau

Museen Thurgau arbeiten standortbezogen in ihrer heute bereits bestehenden operativen Museumsstruktur.

Für gemeinsame, kleinere wie auch grössere Projekte (z. B. Ausstellungen, Veranstaltungen, Vortragsreihen etc.) arbeiten die Museen Thurgau in der nachfolgend beschriebenen Projektstruktur, der ein klarer Projektauftrag vorausgeht.

Der projektbezogenen engeren thematischen und organisatorischen Zusammenarbeit liegt als Basis die gemeinsam erarbeitete Mittelfristplanung (5-Jahres-Planung, siehe Anhang 4) zu Grunde, welche sowohl die Planung der einzelnen fünf Standorte und des Kulturamtes bzw. Amtes für Archäologie, wie auch die gemeinsamen Projekte abbildet.



Aufgaben, Kompetenzen innerhalb Projektarbeit, siehe Anhang 1

7. Operative Abläufe der projektbasierten Zusammenarbeit der Museen Thurgau

Die Zusammenarbeit im operativen Alltag, bezogen auf ein gemeinsames Projekt, ist nachfolgend beschrieben und im Anhang 2 zudem detaillierter skizziert.

7.1. Planung gemeinsamer Projekte

- > Für gemeinsame Projekte von Museen Thurgau, wie auch für Projekte der einzelnen Standorte, ist die verbindliche Planung in Form der Mittelfristplanung (5-Jahres-Planung) die Basis (siehe Anhang 4).
- > Jährlich finden 2–3 Board-Sitzungen der Leitungen von Museen Thurgau statt, an welchen die thematische, operative und zeitliche Projektplanung diskutiert wird.
- > Der definitive «go»-Entscheid für ein gemeinsames Projekt von Museen Thurgau erfolgt über die heute bestehende MuseumsleiterInnen-Konferenz unter dem Vorsitz der Leitung Kulturamt.
- > Der Informationsaustausch zwischen Leitung Kulturamt und Leitung Amt für Archäologie findet, wie bereits heute, in regelmässigen bilateralen Gesprächen statt.

- > Museum für Kinder
- > ALO Museen: Aus- und Weiterbildungsangebote für PH-Studierende bzw. Lehrpersonen
- > Lehrplan Volksschule Thurgau: Lerneinheiten auf der Plattform «Thurgau Du Heimat»
- > Gärten
- > Kirchen Klöster Konzil
- > Technisches Projekt (vgl. Kassasystem, Sicherheitssystem)
- > Internet-Auftritt
- > Inventarisierungsprogramm (ohne Amt für Archäologie)

7.2. Gemeinsame Projekte (beispielhaft, unvollständige Liste)

Gemeinsame Projekte der fünf Standorte der Museen Thurgau können sein:

- > Grosse Ausstellungen zu einem Thema
 - > alle Standorte betreffend
- > Kleinere Ausstellungen zu einem Thema
 - > einzelne Standorte betreffend
- > Veranstaltungsreihen
 - > alle oder einzelne Standorte betreffend

7.3. Interne Kommunikation

- > Entscheide KUL/AA
- > Kommunikation innerhalb Projekt und im operativen Alltag
- > Kommunikation aus Projekt zu Leitung KUL/AA, Regierungsrat und extern

7.4. Nutzung Synergien

a) Inhaltliche Synergienutzung

- > Grosse gemeinsame Ausstellungen
- > Kleinere gemeinsame Ausstellungen
- > Forschung
- > Sammlungsverwaltung und Inventarisierung (ohne Amt für Archäologie)
- > Inhalte Bereich Geschichte
- > Museumspädagogik
- > Freiwilligen-Organisation
- > Dachmarke
- > Kommunikation
- > Werbung/PR

b) Betriebliche Synergienutzung

- > Kulturgüterschutzräume
- > Depoträume
- > Museumspädagogik
- > Sicherheit
- > Versicherungen (Transportversicherungen, Objektversicherungen u.a.)
- > Archivierung
- > Infrastruktur (vgl. gemeinsames Kassasystem)
- > Personalwesen (punktuell bei Rekrutierung, Ausschreibung etc.)
- > Restaurierung

8. Ressourcen

8.1. Personal

Das Betriebskonzept Museen Thurgau geht davon aus, dass für den laufenden Betrieb – mit Ausnahme der Bewirtung des gemeinsamen Auftritts (Dachmarke) – keine zusätzlichen Personalressourcen nötig sind.

Board und Projektmitglieder rekrutieren sich v.a. aus den Leitungen und den Mitarbeitenden der kantonalen Museen. Projektbezogen werden aber punktuell zusätzliche Projektmittel nötig sein, um grosse gemeinsame Projekte mit grossem Koordinations- und Organisationsaufwand zu realisieren. Dies wird aber nur alle drei bis vier Jahre der Fall sein.

Ziele, Vorteile, Nachteile

Ziele:

- > Vernetzung und gegenseitiger Erfahrungsaustausch unter den verschiedenen Betriebsbereichen (Museumstechnik, Besucherservice, Museumspädagogik), entsprechende Gefässe/Plattformen wären noch zu entwickeln
- > Steigerung der fachlichen Qualität
- > Deutlich erhöhte Ausstrahlung gemeinsamer Projekte, insbesondere eines grossen Ausstellungsprojektes
- > Mehrwert für Museumspublikum und Kanton als Trägerschaft

Vorteile:

- > Ressourceneinsparung, da nicht alle alles machen
- > Mehr Inhalt durch Fachaustausch (Board, Projektteam etc.)
- > Höhere Qualität durch gegenseitiges Lernen

- > Grösseres Projekt = grössere Sichtbarkeit
- > Pluridisziplinarität
- > Erhöhte finanzielle Möglichkeiten (6 Museen anstelle 1 Museum)
- > Interessante Arbeit durch intensivere Zusammenarbeit/Austausch mit Fachleuten
- > Stärkeres Gewicht gegenüber Partnern (z. B. Bereich Museumspädagogik gegenüber PHTG, WBK)

Nachteile:

- > Grösserer Aufwand für Konsensfindung (Inhalt, Form) im Board und Projektteam
- > Entfernung zwischen den einzelnen Destinationen teilweise sehr gross

8.2. Finanzen

Projektfinanzierung

Kostenrahmen für gemeinsame Ausstellungsprojekte Museen Thurgau:

CHF 500 000–1 000 000

Modellbudget siehe Anhang 3

Gemeinsame Projekte werden hauptsächlich durch die Mittel der Museen gedeckt. Bei grossen gemeinsamen Ausstellungen oder bei Zusatzkosten zur Entwicklung der Dachmarke werden punktuell Zusatzfinanzierungen (z. B. Lotteriefonds, Sonderkredit oder Stiftungen) gesucht.

Vorteile:

- > Kein finanzieller Zusatzaufwand für die einzelnen Museen (ausser spezifische Anpassungen für Standorte)
- > Für Ausstellungsprojekt steht grössere Gesamtsumme zur Verfügung > Grösseres Werbebudget > mehr Sichtbarkeit

9. Zeitplan Umsetzung Teil 1

9.1. Dezember 2017 bis März 2018

- > Abgabe Bericht an Chefin DEK, Dezember 2017
- > Präsentation in Regierungsrat
- > Entscheid Chefin DEK über das weitere Vorgehen, März 2018
- > Terminierung Board Meetings 2018
- > Erarbeitung Mittelfristplanung 2018–2022

9.2. März bis Oktober 2018

(nach Entscheid Chefin DEK)

- > Festlegung Thema grosses (Ausstellungs-) Projekt, mit Struktur und Zeitplan
- > Festlegung Themen diverse Projekte 2018–2022
- > Überprüfung Mittelfristplanung 2018–2022
- > Bearbeitung und Implementierung gemeinsamer Auftritt (Dachmarke)
- > Implementierung Projektstruktur

9.3. Dezember 2018

- > Präsentation bei Chefin DEK und Regierungsrat
- > Ab Januar 2019 Umsetzung projektbasierte Zusammenarbeit bzw. konkrete Projekte

10. Anhänge

10.1. Anhang 1 Aufgaben, Kompetenzen innerhalb Projektarbeit

Leitung Kulturstiftung/Leitung Amt für Archäologie

- > Unterstützung der Finanzierung
- > Genehmigung der Mittelfristplanung Museen Thurgau (5-Jahres-Planung)
- > Controlling betreffend Umsetzung der Mittelfristplanung Museen Thurgau (5-Jahres-Planung)
- > Bindeglied zu Regierungsrat, DEK, kantonalen Verwaltung und politische Vernetzung
- > Hüterin/Hüter gemeinsamer Auftritt Museen Thurgau (Dachmarke)

Board (5 Leiterinnen und Leiter der Museen Thurgau)

- > Laufende Bearbeitung der Mittelfristplanung Museen Thurgau (inkl. Themenplanung)
- > Planung und Sicherstellung Finanzierung (ggf. über Sonderkredite, Lotteriefonds, Stiftungen, Sponsoring usw.)
- > Einsetzung und Autorisierung der externen Projektleitung gemäss Mittelfristplanung
- > Controlling über Einhaltung vorgegebener Rahmenbedingungen
- > Prüfung und Einbindung externer Partner
- > Entscheid über einheitlichen Auftritt (gemäss Dachmarke Museen Thurgau)

Projektleitung

Kann sowohl ein/eine Direktor/in von Museen Thurgau sein, wie auch eine interne oder externe Fachperson (gemäss Mittelfristplanung).

Profil: Erfahrung in Projektmanagement. Führung, integrative Person, Akzeptanz innerhalb Museen Thurgau, Durchsetzungsfähigkeit, natürliche Autorität, gute Vernetzung in der Museumswelt Thurgau ggf. Schweiz.

- > Erste Ansprechperson der Museen Thurgau für zuständiges Projekt
- > Planung, Leitung und Führung von Projekten (inkl. Zeitplan)
- > Planung, Gestaltung, Durchführung und Koordination Publikation(en) und Werbung
- > Planung und Durchführung interne und externe Kommunikation
- > Projektcontrolling (personell, finanziell, organisatorisch)
- > Dokumentation des zuständigen Projektes
- > Klärung von Schnittstellen, vorgängig und laufend während Projekt
- > Koordination einheitlicher Auftritt (gemäss Dachmarke)
- > Koordination Rahmenprogramm der einzelnen Museen
- > Regelmässige Sitzungen und Reporting an Board und Projektteam

Projektteam

Das Projektteam setzt sich aus Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der Museen Thurgau zusammen, wird ad hoc von Projekt zu Projekt gebildet und kann durch Externe erweitert werden. Der Vorsitz obliegt der Projektleitung.

- > Abstimmung, Zusammenführung sämtlicher Themen des gemeinsamen Projektes (jeweils zuhanden Meilenstein-Entscheid Board)
- > Professionelle Umsetzung des Projektes
- > Bearbeitung von fachlichen Detail-/Textinhalten

- > Bearbeitung interne/externe Gestaltung
- > Klärung von Schnittstellen
- > Gemeinsamer, einheitlicher Auftritt gemäss Dachmarke
- > Planung und Koordination Rahmenprogramme der einzelnen Museen
- > Phasenplan/Zeitplan des Ausstellungsprojektes in den Destinationen
- > Gemeinsame Publikation(en), z. B. Ausstellungskatalog
- > Werbung für das Gesamtprojekt (in Absprache mit den beteiligten Museen)
- > Interne/externe Kommunikation (gemäss Kommunikationsplan)
- > Projektcontrolling (Standorte)
- > Dokumentation des laufenden Projektes (Standorte)
- > Erarbeitung wissenschaftlicher Grundlagen für die Themen vor Ort
- > Durchführung der Ausstellungsarchitektur gemäss Vorgaben
- > Bespielen und Betreiben von Ausstellung, Veranstaltungen, Rahmenprogramm, Führungen etc.
- > Organisation ortsspezifische BesucherInnenführung
- > Einbettung in übriges Programm der jeweiligen Standorte
- > Ortsspezifisch nötige Anpassungen (durch jeweilige Standorte finanziert und umgesetzt)

Kuratorin/Kurator (am Standort)

Fachpersonen aus Museen Thurgau
Fachkompetenz, Spezialisierung

- > Bearbeitung Detailthema
- > Erarbeitung und Zusammenstellung wissenschaftlicher Grundlagen

- > Bearbeitung interne/externe Gestaltung
- > Bearbeitung Rahmenprogramm
- > Verfassen von Texten, Publikationen, ev. gemeinsam etc.
- > Vermittlung, Veranstaltung Museum für Kinder

Externe

Wissenschaftliches Expertenwissen, besondere Fachkompetenz und Spezialisierung, z. B. Werbung, Grafik, Ausstellungsgestaltung (Szenographie, Ausstellungsarchitektur), Audio/Video, Informatik etc.

- > Gemäss definiertem Auftrag Projektleitung

10.2. Anhang 2 Zusammenarbeit im gemeinsamen Projekt (Modell)

Mittelfristplanung (5-Jahres-Planung)

(siehe Anhang 4)

- > Sämtliche Aktivitäten der Museen Thurgau sind in der Mittelfristplanung Museen Thurgau (5-Jahres-Planung) zusammengefasst.
- > Mittelfristplanung enthält Aktivitäten der einzelnen Standorte, gemeinsame Projekte von Museen Thurgau, (museums-)relevante Themen von Kulturamt und Amt für Archäologie.
- > Halbjährlich findet eine Review-Sitzung für die Mittelfristplanung statt.

Projektstruktur

- > Sämtliche in der Projektstruktur aufgeführten Gefässe (Board, Projektleitung, Projektteam, KuratorIn etc.) arbeiten gemäss definiertem Projektauftrag zusammen.
- > Für jedes Projekt wird ein Grundraster «Projektauftrag» eingesetzt; ist noch zu erarbeiten (MuseumsleiterInnenkonferenz).
- > Aufgaben, Kompetenzen der einzelnen Gefässe siehe Anhang 1

Kommunikation während Ausstellungsprojekt

- > Interne Kommunikation und Information während eines gemeinsamen Ausstellungsprojektes läuft in klar definierten Gefässen (Board, Projektteam etc.) und der Hierarchie gemäss Projektorganigramm
- > Externe Kommunikation und Information erfolgt gemäss Vereinbarungen im Board und mit der Projektleitung. Basis ist eine projektbezogene Kommunikationsplanung
- > An MuseumsleiterInnenkonferenzen (Vorsitz Leitung Kulturamt) fliessen die Informationen aus dem operativen Alltag der Museen, wie auch aus den gemeinsamen Projekten zusammen.

Produktion

- > Koordination der anfallenden Arbeiten zwischen den verschiedenen Werkstätten und MuseumstechnikerInnen, bzw. externen Lieferanten und Dienstleistern
- > Austausch von projektrelevantem Fachwissen zwischen den Museen
- > Beachtung der an den Destinationen bestehenden Möglichkeiten

- > Durchführung, Koordination Eröffnungsanlass, ggf. -anlässe
- > Koordination Mediovorbereitung
- > Koordination Werbung und Öffentlichkeitsarbeit gemäss Projektleitung
- > Koordination Rahmenprogramm gemäss Programmplanung Projektleitung
- > Auswertung/Debriefing
- > Abschlusssitzung Projekt mit KUL und AA, Board, Projektleitung
- > Erfahrungsaustausch unter den verschiedenen Betriebsbereichen (Museumstechnik, Besucherservice, Museumspädagogik)
- > Projektauswertung/Abschluss-Bericht zuhanden aller Beteiligten (Standardformat noch zu entwickeln)

Archivierung

- > Museumsspezifisch, was an Einzeldestination gelaufen ist (analog, digital)
- > Relevante Unterlagen Gesamtprojekt ausschliesslich elektronisch in gemeinsamer Fabasoft-Ablage (oder ähnlichem) > Standardarchivregister entwickeln
- > Prüfung eines gemeinsamen Materialdepots für Ausstellungsmaterial von gemeinsamen Ausstellungen: Lösung noch zu finden

Modellbudget

10.3. Anhang 3 Modellbudget für grosse gemeinsame Projekte alle drei Jahre (kann stark variieren)

Projektleitung CHF 90 000

- > Honorar Projektleitung

Exponate CHF 200 000

- > Transporte und Versicherung
- > Restaurierungen/Konservatorische Massnahmen
- > Montagen
- > Vitrinen (Turmvitrinen, Hauben, Ganzglasvitrinen, passiv klimatisiert, ohne Alarm)
- > Leihgaben

Ausstellungsbau CHF 270 000

- > Szenografie und Baupläne
- > Szenografie Anpassungen an Standorte
- > Schreinerarbeiten
- > Material Stellwände und Sockel (Holz, Farbe, Metall)
- > Animationen Hardware
- > Animationen Inhalte
- > Audiostationen
- > Reprokosten Fotos
- > Entwicklung Typografie und Layout Beschriftungen
- > Druck Beschriftungen, Grossfotos
- > Karten und Modelle
- > Lichtmaterial
- > Honorar Lichtgestaltung
- > Entsorgung nach Abbau

Grafik CHF 80 000

- > Entwicklung Erscheinungsbild
- > Flyer, Plakat: Gestaltung und Druck
- > Gestaltung Webseite
- > Gestaltung Inserate, Newsletter

Kommunikation & Marketing	CHF 120 000
<ul style="list-style-type: none"> > Personal (Entwicklung K&M-Strategie, Koordination Werbemassnahmen, Verfassen Medienmitteilungen, redaktionelle Beiträge) > Plakatkampagne im ganzen Kanton > Direct-Mailing (ausgewählte Bezirke) > Inserate Printmedien 	
Publikation	CHF 50 000
<ul style="list-style-type: none"> > Ausstellungspublikation 	
Vermittlung	CHF 10 000
<ul style="list-style-type: none"> > Dossiers für den Schulunterricht > Rahmenprogramm <ul style="list-style-type: none"> > Vernissage (Musik, Apéro), ohne Raum- und Technikmiete > Honorare und Spesen externe Referenten 	
Reserve	CHF 10 000
Total	CHF 830 000

Kostenverteilung:

Gemeinsame Projekte werden hauptsächlich durch die Mittel der Museen gedeckt. Bei grossen gemeinsamen Ausstellungen werden punktuell Zusatzfinanzierungen (z. B. Lotteriefonds, Sonderkredit oder Stiftungen) gesucht.

10.4. Anhang 4
Kostenschätzung Dachmarke
Museen Thurgau
(CI Programm 19.1.2018)

Kostenschätzung

Entwicklung und Realisation der Dachmarke, basierend auf den Vorarbeiten des Kulturamtes und dem Bericht an den Regierungsrat.

Sachverhalt:

Die Einführung einer eigenständigen Kennzeichnung für die zukünftige Museumslandschaft des Kantons Thurgau hängt im Wesentlichen auch davon ab, ob es den Beteiligten gelingt, den Regierungsrat davon zu überzeugen, dass die angestrebten Synergien und die Wahrnehmungslenkung die Kompetenz, die Anziehungskraft und die Einzigartigkeit des Kulturangebotes stärken.

Die im Bericht an den Regierungsrat erwähnte Bemerkung zur Implementierung der Dachmarke (8.2. Finanzen, Projektfinanzierung, Seite 25) soll bezüglich Aufwand geschätzt werden.

1.		
Grundlagenentwicklung, Workshops, Koordination und Besprechungen	CHF	15 000
> 3 Besprechungen, 2 Workshops mit Präsentationen) gemäss Auftrag Kulturamt		
2.		
Artwork	CHF	35 000
> Weiterentwicklung einer Dachmarke und des Auftritts für die zukünftige Museumslandschaft		
> Logo (Typografie oder Zeichen)		
> Bildwelten		
> Gestaltungssystematik		
> Umsetzungsbeispiele (Briefpapier bis Plakate und Web)		
> Arbeiten in die Breite zum Entscheid, Arbeiten in die Tiefe		
3.		
CI CD Manual als Führungs- und Durchführungsinstrument (Basis CI CD Manual des Kantons)	CHF	25 000
> Zielsetzung und inhaltliche Kernwerte		
> Schlüsselthemen, Schlüsselbilder		
> Die Bausteine des Auftritts, Umsetzungsbeispiele vermasst, Farbdefinitionen, Templates		
> Hinweise zur Abwicklung und Produktion		
4.		
Reserve	CHF	5 000
Total Kostenschätzung	CHF	80 000

Vorschlag Mittelfristplanung Museen Thurgau 2018 bis 2022																																		
Stand: 14. Dezember 2017		A = Ausstellung / V = Veranstaltungsreihe / I = Infrastrukturprojekt (Sanierung, Umbau, Neubau) / S = Sammlungsprojekt (z.B. Umzug eines Sammlungsteils)																																
PROJEKT		2018												2019												2020								
		J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	S	O	N	D	J	F	M	A	M	J	J	A	
MUSEEN THURGAU																																		
Umsetzung Museumsstrategie		Entscheid RR												Entscheid RR																				
Sitzungen Board		Board												Board												Board								
Medienanlass Jahresprogramm														* Medienanlass												* Medienanlass								
V Kinderprogramm														Kinderprogramm												Kinderprogramm								
V SWCH 2018 Lehrerfortbildung		* 9-13. Juli 2018																																
A Ausstellung NM & NAP (Aussenstelle Park)		Grimm * Eröffnung 8. März 2018																																
A Ausstellung Museen Thurgau																										Thurgauer Persönlichkeiten								
A Ausstellung NM & AM																																		
Projekt Titel																																		
KUL		In Bearbeitung																																
AA		In Bearbeitung																																
KUNST/ITTINGER MUSEUM																																		
KM A Neue Kollektion		* Neue Kollektion																																
KM A Konstellation 9. Alles fließt		* Konstellation 9 Alles fließt																																
KM A Loop The Loop		Loop The Loop																																
KM A Bildstein Glatz		13.5 - 12.8 Bildstein/Glatz																																
KM A Helen Dahm - Ein Kuss der ganzen Welt														* 2.9. Helen Dahm																				
KM A Till Velten														* Till Velten - La condition humaine																				
KM S Sammlung Titel unbestimmt																										* Sammlungspräsentation								
KM A Sammlung Röttlisberger																										* Schenkung Rolf Röttlisberger								
KM A Zeitgenössische Internationale Position																										* Zeitgenössische internatio								
KM A Hans Krüsi																																		
KM IM V Gärten		* Blütenzauber												* Blütenzauber												* Blütenzauber								
IM S Sammlungspräsentation Wasser		* Wasser in Ittingen																																
IM A Ittinger Thema														* IM Ausstellung zu einem Ittinger Thema, noch unbestimmt																				
A Gemeinsame Ausstellung Museen TG																										Thurgauer Persönlichkeiten								
HISTORISCHES MUSEUM																																		
A Ausstellung im Alten Zeughaus		Industrieg. * Eröffnung Industriegeschichte 22. März 2018																																
A Themenschwerpunkt Schloss														hemenschwerpunkt Schlo																				
A Gemeinsame Ausstellung Museen TG																										Thurgauer Persönlichkeiten								
A Erneuerung Schlossausstellung																																		
V ToT Schaudapot														* TdT Schaudapot																				
V Mittelaltertag		* Mittelaltertag												* Mittelaltertag												* Mittelaltertag								
P Schaudapot														Publikation																				
S Sammlungsprojekt																										* Tagung Sammlungsschwerpunkt								
NAPOLEONMUSEUM																																		
A "Erster Weltkrieg"		Erster Weltkrieg																																
A Grimm' Tierleben (Aussenstelle NM)		Grimm																																
A Noëll Noëll (mit BBZ Arenenberg)														Noëll Noëll												Noëll Noëll								
V Arenenberger Entdeckungen																																		
I Parkweiterung (mit Stiftung Napoleon III.		Parkerweiterung																																
A Mode im zweiten Kaiserreich														Mode im zweiten Kaiserreich																				
A Geschichte des Gartenbaus am See																										Geschichte des Gartenbaus								
A Gemeinsame Ausstellung Museen TG																										Thurgauer Persönlichkeiten								
A 150 Jahre Ende Kaiserreich (F)																																		
A Arenenberger Waffensammlung																																		
V Arenenberger Tag / Lange Nacht der Gärten		* * *												* * *												* * *								
NATURMUSEUM																																		
A Grimm's Tierleben		Grimm * Eröffnung 8. März 2018																																
A Überwintern		Überwintern												* Eröffnung 6. Sept. 2018																				
I Umbau Museumslaube														Umbau Museumslaube																				
A Die Katze		Hauskatze												* Eröffnung 10. März 2019																				
A Wild auf Wald														Wild & Wald												* Eröffnung Sept. 2019								
A/V Kabinett: 160 J. Evolution														Kabinett 160 J. Evolution																				
A Das Eichhörnchen																										provisorisch: Eichhörnchen								
A Gemeinsame Ausstellung Museen TG																										Thurgauer Persönlichkeiten								
A Tatort Anthropologie/NM-AM																																		
I Neugest. Museumsgarten														Neuplanung/-gestaltung Museumsgarten																				
V Archäologisch-biologische Exkursion NM-AM		*												*												*								
MUSEUM FÜR ARCHÄOLOGIE																																		
A Römer am Bodensee		Römer																																
A LeTrésor Indiana Jones		Indiana Jones																																
A LeTrésor Silberschatz														Silberschatz																				
A LeTrésor Kult/Mondhörner														Mondhörner																				
A Gemeinsame Ausstellung Museen TG																										Thurgauer Persönlichkeiten								
A Tatort Anthropologie/NM-AM																																		
V Archäologisch-biologische Exkursion NM-AM		*												*												*								
I Umbau Museumslaube														Umbau Museumslaube																				

