

Projektleitung für interdisziplinäre Projekte

Bereichsübergreifende Sonderprojekte 2016: Überarbeitung und Präzisierung des Strategiepapiers 2017–2020 des OÖ. Landesmuseums; Schulungsmaßnahmen Besucherorientierung für Mitarbeiter/innen zum Schwerpunkt „50 Jahre Schlossmuseum“, Ausstellungsprojekt „Schatzkammer Oberösterreichs im Fokus“ in Kooperation mit dem Landespersonalausschuss, Mitarbeiterbefragung und Organisationsentwicklung Referat Kunst- und Kulturvermittlung, Anbahnung und Betreuung übergreifender Kooperationsprojekte des OÖ. Landesmuseums in Zusammenhang mit der großen Familienausstellung „Wir sind Oberösterreich.“

Dagmar FETZ-LUGMAYR

Referat Marketing- und Veranstaltungsmanagement

Aufgabe des Referats Marketing- und Veranstaltungsmanagement ist, Inhalte und Ziele des Oberösterreichischen Landesmuseums an unterschiedlichste Zielgruppen zu kommunizieren und ein attraktives Image der Institution in der breiten Öffentlichkeit zu pflegen. Acht Mitarbeiter/innen (5,5 Vollzeitäquivalente) waren 2016 mit umfangreichen und vielfältigen Aufgabenbereichen betraut, die von klassischer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über Marketingkampagnen für Großprojekte und Sonderausstellungen bis hin zum Veranstaltungsmanagement und Museumsshop reichten.

Im Berichtsjahr wurde viel Energie und Engagement in die Bewerbung und Vermarktung der großen Sonderausstellungen investiert. Oberösterreichweite Plakatkampagnen, Medienkooperationen und außergewöhnlichen Veranstaltungen ergänzten die klassischen Werbemaßnahmen rund um die beiden Ausstellungen „50 Jahre Schlossmuseum“ und „Die Uffizien im Schlossmuseum Linz“. Besonders positive Rückmeldung erfuhren dabei umfangreiche Aktivitäten in der Linzer Innenstadt. Unterstützt wurden diese Aktionen mit Schaufenster-Beklebungen, Merchandising-Produkten und Promotion-Aktivitäten vom Linzer City Ring. Gelohnt hat sich auch die Bewerbung der Ausstellung „Klemens Brosch“ in der Landesgalerie und im Stadtmuseum Nordico gemeinsam mit den Museen der Stadt Linz. Durch die häuserübergreifende Zusammenarbeit auch im Bereich der Werbung konnte das Ausstellungsthema über Monate starke Präsenz zeigen.

Stichwort Zusammenarbeit: Viele größere und kleinere Erfolge im Bereich des Marketings sind auch umfangreichen Kooperationen mit Medien, Wirtschafts- und Kulturpartnern, Verbänden, Vereinen und Non-Profit-Organisationen ge-

schuldet. Diese ermöglichen auch dauerhaft Kontakt mit unterschiedlichsten Zielgruppen und Multiplikatoren zu halten. Nicht zuletzt ermöglichen diese Kooperationen auch Umfang und Qualität jener Veranstaltungen, die Jahr für Jahr an den 12 Standorten des Oberösterreichischen Landesmuseums stattfinden. 2016 wurden vom Referat Marketing- und Veranstaltungsmanagement mehr als 300 Veranstaltungen mitbetreut, teilweise auch selbst organisiert. Dazu zählen neben den Eigenveranstaltungen des Museums wie Eröffnungen, Fachvorträge, Symposien und Matineen insbesondere auch Konzertreihen und Veranstaltungen mit unterschiedlichsten Kulturpartnern. Darüber hinaus nutzen Unternehmen und Privatpersonen die außergewöhnlichen Räumlichkeiten vor allem im Schlossmuseum, in der Landesgalerie und im Sumerauerhof St. Florian für Feierlichkeiten, Tagungen und Präsentationen. So können in budgetär angespannten Zeiten nicht nur Besucher/innen an das Oberösterreichische Landesmuseum gebunden, sondern auch finanzielle Mittel akquiriert werden.

Zu den wichtigsten Multiplikatoren, die das Museum ideell und finanziell in besonderer Weise unterstützen, zählt die Gesellschaft zur Förderung des Oberösterreichischen Landesmuseums. Die Betreuung der ca. 250 Mitglieder fällt zum großen Teil in den Bereich des Referates.

Abschließend sei noch darauf verwiesen, dass das Oberösterreichische Landesmuseum dem Bereich der Neuen Medien verstärkte Aufmerksamkeit widmet.

Das Jahr 2016 in Zahlen und Fakten:

- Drei große Werbekampagnen für die Ausstellungen „50 Jahre – 50 Werke – 50 Geschichten. Jubiläumsrundgang durch das Schlossmuseum Linz“, „Die Uffizien im Schlossmuseum Linz. Österreichische Erzherzoginnen am Hof der Medici“ und „Klemens Brosch. Kunst und Sucht des Zeichengenies“.
- 12 Pressekonferenzen im Schlossmuseum, in der Landesgalerie und im Biologiezentrum
- 106 Presseaussendungen für insgesamt 12 Standorte
- Herausgabe von zwei Ausgaben des Magazins „Muse“
- 12 Monatsprogrammhefte
- 12 „Monatspakete“ mit insgesamt 44 Einladungen zu Ausstellungseröffnungen bzw. Sonderveranstaltungen und Monatsprogrammheften für die breite Öffentlichkeit
- 11 „Pädagog/innen-Informationspakete“
- Newsletter und social-media-Aktivitäten in Richtung breite Öffentlichkeit und spezielle Zielgruppen

- Zahlreiche Kooperationen mit Medien, Wirtschafts- und Kulturpartnern, Verbänden, Vereinen und Non-Profit-Organisationen

Sigrid LEHNER

BEREICH KULTURWISSENSCHAFTEN

Sammlung Ur- und Frühgeschichte

Sammlung / Freie MitarbeiterInnen / Materialbearbeitungen / Leihgaben

Die Umordnung des Sammlungsbestandes „Gräberfeld Hallstatt“ in säurefreie Einzelkartons und die Erfassung der neuen Standorte in MUKO konnte abgeschlossen werden.

Nach der aufwendigen Übertragung und Kontrolle bzw. Ergänzung aller Datensätze in das neue System MUKO konnte die Anlage neuer Datensätze fortgesetzt werden.

Durch die Forschungsgrabung in der Fundstelle Weyregg II vergrößerte sich der Bestand an Nassholzfunden, Pflanzenresten etc. aus Feuchtbodenkontexten (siehe unter „Projekte“).

Die Bearbeitung des Gräberfeldes von Mitterkirchen wurde gemeinsam mit Robert Schumann intensiv weiter betrieben. Die Arbeiten für den Katalog in aktueller Form konnten abgeschlossen und mit der Bearbeitung einzelner Fundkategorien begonnen werden.

Die zeichnerische Erfassung des Materials aus den hallstattzeitlichen Gräberfeldern Linz-Hühnersteig, Linz-Schörgenhub und Ottensheim durch Frau Mag. Ines Ruttner wurde fortgesetzt.

Projekte

Im Frühjahr wurde auf der altbekannten Fundstelle Neubau/Traun durch die geplante Errichtung einer Maschinenhalle (Fa. Hofinger) eine Grabung notwendig (Fa. Archeonova, Mag. Wolfgang Klimesch). Dabei wurden zahlreiche latènezeitliche Siedlungsbefunde sowie einige hallstattzeitliche Brandgräber dokumentiert bzw. geborgen. Herausragender Fund ist ein Goldmünzenfund bestehend aus 44 Muschelstateren. Von der Fa. Hofinger wurde die Grundbesitzerhälften des Fundmaterials dem Landesmuseum überlassen.

Das im Vorjahr begonnene Projekt „Zeitensprung“ – fünfjährige unterwasserarchäologische Vorfeldforschung für die Pfahlbau-Landesausstellung – wurde mit einer Grabung auf der Fundstelle Weyregg II im Herbst fortgesetzt. Die Untersuchung eines 12 m² großen Schnittes konnte während der vierwöchigen Kampagne

ZOBODAT - www.zobodat.at

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

Zeitschrift/Journal: [Jahrbuch des Oberösterreichischen Musealvereines](#)

Jahr/Year: 2017

Band/Volume: [162](#)

Autor(en)/Author(s): Lehner Sigrid

Artikel/Article: [Referat Marketing- und Veranstaltungsmanagement 430-432](#)