

Ein Kooperationsprojekt mit den Sammlungsleitungen des Museums rückt die regionalen Bezüge ausgewählter Objekte der Dauerausstellungen in den Vordergrund. Informative Kurztexte, samt Bilddokumente wurden für die jeweiligen Gemeinden verfasst und zur weiteren Verwendung zur Verfügung gestellt. Das positive Echo war groß. Die regionalen Partner griffen die Informationen des Oö. Landesmuseums gerne auf, um diese in Gemeindezeitungen, den Internet-Auftritten der Gemeinden, Facebook und Printmedien zu veröffentlichen. Dieses Projekt unterstützt die Positionierung des Oö. Landesmuseums in den Regionen und in fachlicher Weise die regionale, mediale Präsenz.

Dagmar FETZ-LUGMAYR

### **Referat Marketing- und Veranstaltungsmanagement**

Das Referat Marketing und Veranstaltungsmanagement zählt zu jenen Bereichen des Museums, das besonders intensiv an der Schnittstelle einzelner Standorte, spezialisierter Sammlungen und vielfältiger Aufgabenfelder agiert. Mit dem Blick auf das gemeinsame Ganze werden Programme, Inhalte und Anliegen an unterschiedlichste Zielgruppen kommuniziert und ein positives Image des Oberösterreichischen Landesmuseums in der breiten Öffentlichkeit gepflegt.

Das Aufgabenspektrum reicht von Presse- und Öffentlichkeitsarbeit über Marketingkampagnen für Großprojekte und Sonderausstellungen bis hin zum Veranstaltungsmanagement und Museumsshop. Ergänzend zur „klassischen“ Medienarbeit setzt das Oberösterreichische Landesmuseum verstärkt auf „Social-Media-Tools“ wie Facebook und Instagram. Über diese innovativen und wegweisenden Kanäle, die das Oberösterreichische Landesmuseum mit Augenzwinkern und Humor bedient, werden neue Besuchergruppen, insbesondere junge Menschen, erschlossen, Interaktion und Diskussion angeregt.

Zu den Schwerpunkten im Berichtsjahr zählte die Bewerbung der Ausstellung „Zwischen den Kriegen“ an insgesamt vier Standorten des Oberösterreichischen Landesmuseums mit einem Mix an Werbemaßnahmen, Begleitveranstaltungen und Kooperationen. Verstärkte Aufmerksamkeit genoss auch eine institutionenübergreifende Ausstellungstrilogie mit dem Titel „Wer war 1968?“ rund um die 1960er Jahre. Dabei arbeiteten die Landesgalerie, das Lentos Kunstmuseum und das Nordico Stadtmuseum auch im Bereich Marketing und Ticketing über die Grenzen von Stadt und Land hinweg erfolgreich zusammen. Eng war auch die Zusammenarbeit mit der Oberösterreichischen Landesausstellung „Die Rückkehr der Legion. Römisches Erbe in Oberösterreich“.

Kooperationen bereichern die Agenden der Abteilung über das „Tagesgeschäft“

hinaus und bringen unterschiedliche Sichtweisen ein. Das Oberösterreichische Landesmuseum pflegt gute Beziehungen mit Partnern und Interessensverbänden aus Kultur, Tourismus, Wirtschaft, Medien und dem Freizeitsektor. Kooperiert wird auch mit zahlreichen Verbänden und Organisationen im Non-Profit-Bereich. 2018 ging beispielsweise „Museum Total“, eine gemeinsame Aktion aller Museen in Linz, unabhängig von deren Trägerschaft in die fünfte Runde: Junge Menschen und Familien waren eingeladen, in den Semesterferien mit nur einem Ticket vier Tage lang an neun Orten Museum auf unterschiedlichste Weise zu erleben. In diesem Zusammenhang sei vermerkt, dass die auf informeller Ebene seit Jahren praktizierte Kooperation von Stadt und Land und ihren Linzer Museen mit dem Linz Tourismus und dem Oberösterreich Tourismus 2018 auch offiziell institutionalisiert wurde.

Ein engmaschiges Netz von Partnern und Multiplikatoren unterstützt auch das Bemühen des Oberösterreichischen Landesmuseums im Bereich des Veranstaltungswesens. 2018 fanden in den Häusern des Oberösterreichischen Landesmuseums 355 Veranstaltungen statt: ausstellungs- und sammlungsbezogene Veranstaltungen wie Eröffnungen, Filmabende, Vorträge und Matineen, aber auch zahlreiche Konzertreihen. Vielfach nachgefragt werden die teilweise historischen Räumlichkeiten vor allem im Schlossmuseum, in der Landesgalerie und im Sumerauerhof auch von Unternehmen und Privatpersonen, die diese gerne für Präsentationen, Symposien und Meetings, aber auch feierliche Anlässe entgeltlich nutzen.

In die Agenden des Referates Marketing und Veranstaltungsmanagement fällt auch die Betreuung jener Menschen, Unternehmen und Institutionen, die sich ganz besonders mit dem Oberösterreichischen Landesmuseum identifizieren: die rund 250 Mitglieder der Gesellschaft zur Förderung des Oberösterreichischen Landesmuseums, die das Museum mit ihren Mitgliedsbeiträgen nicht nur finanziell, sondern auch ideell unterstützen.

### **Das Jahr 2018 in Zahlen und Fakten**

- Werbekampagnen zu den Ausstellungen „Zwischen den Kriegen“ und „Schluss mit der Wirklichkeit“ im Rahmen des Projektes „Wer war 1968?“ gemeinsam mit den Museen der Stadt Linz
- 9 Pressekonferenzen im Schlossmuseum, in der Landesgalerie und im Biologiezentrum
- 101 Presseaussendungen
- 1 Ausgabe des Magazins „Muse“
- 12 Monatsprogrammhefte
- 12 „Monatspakete“ mit insgesamt 32 Einladungen zu Ausstellungseröffnungen bzw. Sonderveranstaltungen für die breite Öffentlichkeit
- 11 „Informationspakete“ für Pädagoginnen und Pädagogen

- 69 Newsletter und Social-Media-Aktivitäten
- Zahlreiche Kooperationen mit Medien, Wirtschafts- und Kulturpartnern, Verbänden, Vereinen und Non-Profit-Organisationen
- Betreuung von 355 Veranstaltungen

Sigrid LEHNER

## **Bereich Kulturwissenschaften**

### **Sammlung Ur- und Frühgeschichte**

#### **Sammlung / Freie MitarbeiterInnen / Materialbearbeitungen / Leihgaben**

Die Eingabe der inventarisierten Sammlungsbestände (Inventarisierungsprogramm MUKO) wurde fortgesetzt (Dr. Martina Reitberger-Klimesch). Ebenso waren weiterhin Ordnungsarbeiten, resultierend aus der Umlagerung der Hälfte der Sammlung innerhalb des Depots (2017) notwendig.

Weiterhin wurde die Vorbereitung der Übersiedlung der archäologischen Sammlung des Stadtmuseums Linz Nordico begleitet, konkret durch organisatorische Planungen gemeinsam mit dem Team Nordico / Carlongasse. Die aufgrund dieser anstehenden Übersiedlung notwendig gewordene Umsiedlung der anthropologischen Sammlung in das Nebengebäude Welser Straße 18 (2017) machte ebenfalls weitere Ordnungsarbeiten nötig.

Die zeichnerische Erfassung verschiedener Materialkomplexe (Pfahlbau funde, Einzelfunde Neubau; Linz-Schörgenhub, Linz-Hühnersteig, Ottensheim abgeschlossen) wurde fortgesetzt (Ines Ruttner).

Der Bestand an Feuchtbodenfunden vergrößerte sich durch die unterwasserarchäologischen Forschungen im Rahmen des Projektes „Zeitensprung“ (Grabung 2018: Mooswinkel, Mondsee) erneut, was zusätzlichen konservatorischen Aufwand verursachte (siehe unter „Projekte“).

Das anthropologische Material von Mitterkirchen wurde auf Basis der älteren Analysen und im Rahmen eines gemeinsamen Projektes mit Robert Schumann (Universität Hamburg) einer erneuten Revision unterzogen (siehe unten). Die wissenschaftliche Bearbeitung des archäologischen Materials wurde fortgesetzt.

Doris Jetzinger begann mit der Bearbeitung ausgewählter bronzezeitlicher Teile des Materials von Ölkam im Rahmen ihrer Masterarbeit (Universität Wien).

Die Gemeinde Pasching als Grundbesitzer und die Wohnbaugenossenschaft „Neue Heimat“ als Auftraggeber übergaben im Rahmen einer Schenkung das Material aus der Grabung 2018 (neolithische Siedlung, Maßnahmennummer 45308.18.01) an das Landesmuseum. Ebenso wurde das Material der urgeschichtlichen Siedlung

# ZOBODAT - [www.zobodat.at](http://www.zobodat.at)

Zoologisch-Botanische Datenbank/Zoological-Botanical Database

Digitale Literatur/Digital Literature

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

Jahr/Year: 2019

Band/Volume: [164](#)

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

Artikel/Article: [Referat Marketing- und Veranstaltungsmanagement 459-461](#)